

EDITORIAL

O Conselho Editorial tem a satisfação de apresentar aos leitores mais uma edição da Revista *Sinergia*, publicação do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis (ICEAC) da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Esta edição tem uma característica específica, por apresentar exclusivamente trabalhos desenvolvidos por professores pertencentes ao Núcleo de Pesquisa e Estudos Regionais (NUPER) da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), que foram apresentados em eventos científicos.

Esta edição é composta por sete trabalhos, com temas diversificados.

O primeiro artigo, de autoria de Décio Bittencourt Dolci e João Luiz Becker, tem por objetivo apresentar e validar um modelo de mensuração de características dos sistemas de informação inseridos nas organizações.

Na sequência, o artigo de Elaine Cristina Schmitt Ragnini e Anne Pinheiro Leal versa sobre a lógica e a prática do controle afetivo em duas organizações multinacionais a partir de processos de identificação com um líder e com um mito.

O terceiro artigo, assinado por Márcio André Leal Bauer e Larissa Brandelli Bucco, assume-se o desafio de tentar compreender as redes em movimento, tomando como referência uma pesquisa empírica em uma rede de pequenos varejos familiares do Rio Grande do Sul.

O artigo seguinte, de André Andrade Longaray, Guillermo Ney Caprario e Leonardo Ensslin, tem por objetivo descrever o emprego da metodologia MCDA-Construtivista no processo de apoio à decisão para auxiliar um decisor na compra de um imóvel para sua família.

O quinto artigo, cujos autores são Altamir da Silva Souza, Israel Nunes Fernandes e Fernando dos Santos Lopes, investiga experiências de consumo de crianças originárias de contextos socioeconômicos distintos.

O próximo artigo, que tem como autores Rogério Royer e Gilberto Tavares dos Santos, pretende identificar e descrever as diferenças e implicações da “função marketing” quando aplicada a duas estratégias extremas (produção em massa e customização em massa), ressaltando-se a importância da “função de marketing” para o sucesso da Estratégia de Customização em Massa.

Por fim, o artigo de autoria de José Vanderlei Silva Borba e Artur Roberto de Oliveira Gibbon propõe um modelo de apuração de custos logísticos que atenda, simultaneamente, os custos de suprimentos e os custos de distribuição, com impactos sobre o processo de tomada de decisão.

Para as próximas edições da *Sinergia*, esperamos contar com a participação de professores, pesquisadores e estudantes, interessados em divulgar resultados de trabalhos nas áreas de Economia, Administração e Ciências Contábeis. Para a submissão de trabalhos, os interessados poderão acessar o endereço www.seer.furg.br.

Boa leitura!