

Editorial

Publicamos, neste último número de 2017, quatro artigos.

O primeiro artigo, *Previsão de Demanda na Indústria Automobilística: o Papel da Integração Interfuncional*, de Marlos Rocha de Freitas, Márcio Lopes Pimenta e Per Hilletoft, analisa como a Integração Interfuncional contribui para a realização do processo de previsão da demanda, por meio de um estudo de caso em uma subsidiária brasileira de um fabricante multinacional de veículos. Foi possível identificar que planejamento conjunto, disposição para trabalho em equipe e espírito de grupo foram as ferramentas mais eficientes para gerar impactos positivos na organização.

No segundo artigo, *Sentido do Trabalho: Análise da Produção Científica Brasileira*, Julianna Gripp Spinelli de Sá e Ana Heloisa da Costa Lemos apresentam um mapeamento da produção científica brasileira sobre o tema do sentido do trabalho. A pesquisa indica que o tema carece de desenvolvimento no contexto da academia brasileira, uma vez que a produção não é muito expressiva nem termos quantitativos, nem na variedade dos modelos teóricos e metodológicos utilizados. Além disso, parte significativa dos textos identificados investiga o tema no âmbito de profissões menos convencionais, como as relacionadas ao trabalho criativo, havendo poucos estudos voltados para o entendimento do tema sob o ponto de vista de categorias profissionais tradicionais.

No terceiro artigo, *Mobilidade Urbana: Motivações Intrínsecas à Utilização do Automóvel nos Centros Urbanos de São Paulo e Rio de Janeiro*, Veranise J. C. Dubeux, Marcos Amatucci e Felipe Esteves levantaram a motivação de paulistas e cariocas para usarem carro. Os resultados sugerem que os aspectos simbólicos e afetivos da motivação para utilização do automóvel superam os pressupostos econômicos e racionais, ao contrário da Europa. As políticas públicas não parecem perceber o real comportamento relacionado ao uso do carro para que as ações sejam eficazes.

O último artigo traz o tema do *M-commerce*. Wilnei Aldir Schneider, Rafael Tezza, Lourenço de Oliveira Salles e Julio da Silva Dias identificaram fatores chave que influenciam na adoção do *m-commerce*. Os autores também confirmaram diferenças significativas de percepção entre usuários e não usuários do *m-commerce*.

Desejamos a todos boa leitura!

Os Editores