

editorial

A estratégia, a inteligência emocional e a integração da cultura organizacional das multinacionais estão em foco nesta última edição de 2018. Uma vez mais, os artigos baseiam-se em investigação empírica no sentido de fortalecer a literatura académica.

O sector da construção civil brasileira, nas áreas metropolitanas de Curitiba e Natal, está presente no artigo e no estudo sobre dimensões da estratégia. Com base no inquérito junto de 125 empresas de Curitiba, os autores salientam os efeitos das variáveis organizacionais no nível de consolidação da estratégia, um vetor fundamental para aquele sector no atual contexto do Brasil. Noutra abordagem, com base numa amostra de 93 decisores do ramo varejista daquele sector em Natal, os autores revelam o maior pendor para a formulação de uma estratégia deliberada por parte desses altos quadros.

O desempenho dos quadros empresariais é abordado pelo lado do ângulo da importância da inteligência emocional, com base num estudo junto de 149 gestores de uma grande entidade financeira portuguesa responsáveis pelas relações com PME. Os autores concluem que há uma forte conexão entre aquele tipo de inteligência e o bom desempenho dos quadros.

Esta edição termina com um caso de avaliação do grau de transferência cultural numa multinacional. Os autores analisam as perceções de transferência cultural na multinacional sueca IKEA com base em entrevistas a 16 gestores na Suécia e na subsidiária em Portugal. O caso revela que os gestores portugueses da multinacional tendem a integrar de um modo mais evidente a cultura organizacional sueca.



«A estratégia, a inteligência emocional e a integração da cultura estão em foco nesta última edição de 2018. Uma vez mais, os artigos baseiam-se em investigação empírica no sentido de fortalecer a literatura académica».

Luís Antero Reto

Diretor

luis.reto@iscte-iul.pt