

EDITORIAL

Teoria e prática de gestão: do marketing preditivo, inteligência artificial, posicionamento de marca, modelos ágeis de gestão e inovação em modelos de negócios aos sistemas de controle e análise do desempenho

A pesquisa científica desempenha papel vital na construção de teorias que promovem o aperfeiçoamento das competências de gestão e impulsionam o desenvolvimento contínuo dos negócios. Ao fornecer *insights* valiosos, promover a inovação e validar teorias existentes, a pesquisa nas ciências gerenciais capacita os gestores a enfrentar os desafios complexos do mundo empresarial moderno com confiança e sucesso.

Diante da complexidade e do dinamismo do ambiente empresarial, a capacidade de gerenciar os recursos e responder às mudanças do mercado é crucial para o sucesso organizacional. As ciências gerenciais, ancoradas em pesquisa científica, oferecem um quadro estruturado para entender os desafios enfrentados pelos gestores e para desenvolver estratégias eficazes de gestão.

A metodologia científica aplicada ao estudo de fenômenos organizacionais possibilita a identificação e análise de tendências, padrões e melhores práticas na gestão empresarial. Ao investigarem questões como liderança, tomada de decisão, estratégia organizacional, gestão de recursos humanos e marketing, os pesquisadores colaboram na construção de teorias robustas que podem orientar os gestores na tomada de decisões.

Na função de contribuir para a divulgação de pesquisas dessa natureza, a revista *Práticas em Contabilidade e Gestão*, em seu quarto número do volume 11, contém artigos teórico-empíricos, relatos tecnológicos e reflexões que abordam práticas e soluções adotadas no processo decisório empresarial com suporte científico, em diferentes situações.

Uma das abordagens apresentada no formato Relato Tecnológico retrata a experiência empreendedora de desenvolvimento de uma empresa que direciona seu foco à oferta do sistema de controle para abastecimentos marítimos, apresentando em detalhes os desafios enfrentados e as soluções adotadas que possibilitaram o surgimento de negócio inovador. Outro relato descreve a intervenção realizada em uma organização tradicional

EDITORIAL

do setor financeiro com foco na adoção de modelos ágeis de trabalho e a modernização da arquitetura de *software* para o aperfeiçoamento no atendimento aos clientes.

Na mesma edição também se encontram artigos que abordam questões práticas vivenciadas pelo mercado, em aspectos diversos. Um deles estuda a relação entre o posicionamento de marca e o comportamento do consumidor. Outro estabelece um ensaio reflexivo à luz do marketing preditivo sobre enfrentamentos futuros na implementação e uso de algoritmos e inteligência artificial. Há também a descrição analítica das práticas de controladoria em empresas de capital aberto no Ceará e a análise dos efeitos de uma crise nas recuperações judiciais e falências em empresas brasileiras, com base em indicadores econômicos e financeiros.

Ao investigarem novos métodos, tecnologias e modelos de negócios, os pesquisadores ajudam a impulsionar a evolução contínua das práticas de gestão. Espera-se que este conteúdo proporcione a aproximação das comunidades científica e empresarial, inspirando reflexões e estimulando novas ideias e abordagens para os combates típicos do ambiente de negócios.

ADILSON CALDEIRA

Editor