

EDITORIAL

No momento em que escrevo este segundo editorial da Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, verifico que os nove artigos da primeira edição, em pouco mais de cinco meses, foram baixados mais de 1.000 vezes desde o lançamento da RELISE no dia 30 de abril desse ano.

Em minha opinião, esta marca é muito significativa. Ao me engajar nesta empreitada, eu receava que a proposta de um periódico que apresentasse um caráter transgressor em relação às práticas usuais no campo dos estudos organizacionais fosse recebido com certa desconfiança. Mas, a princípio, meu temor parece infundado. Uma média 200 *downloads* nos primeiros cinco meses é um feito que merece destaque.

O segundo número da Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo preserva a diversidade de temas que foi vista na primeira edição. Neste número são oito textos, sendo que um deles inaugura a seção de Notas e Comunicações. Esta seção se inicia com uma contribuição francesa, articulada pela Professora Dra. Isabella Freitas Gouveia de Vasconcellos que convidou o Professor Georges Xavier Trepo da HEC, França, a publicar seu texto sobre Democratização e Meritocracia na gestão de pessoas nesse número da RELISE.

Na seção de artigos encontram-se sete textos com discussões enraizadas em diferentes áreas de conhecimento: Marketing, Contabilidade, Logística, Engenharia e Empreendedorismo. O primeiro artigo trata da formação de preços de locação de imóveis e sugere o uso do IDHM como um critério de comparação entre alternativas de moradia por futuros locatários. O segundo texto, ao abordar a orientação empreendedora, apresenta reflexão interessante sobre as possibilidades de transformação na gestão das organizações a partir do intraempreendedorismo. Uma contribuição no campo da contabilidade ambiental por meio de um estudo de caso em empresa industrial no setor do cimento é apresentada no terceiro artigo da seção. A sustentabilidade e sua relação com o empreendedorismo são abordadas na quarta contribuição que integra a seção de artigos. Em seguida, se encontra um estudo de caso sobre o Marketing verde e sua prática em um dos maiores grupos varejistas do Brasil. O uso da reengenharia em empresas do setor de cerâmica vermelha é demonstrado no sexto trabalho dessa edição. Nesse texto, os autores demonstram os ganhos que tal prática permitiu tanto em termos de eficiência produtiva, quanto

energética e financeira para duas empresas paranaenses. Por fim, um esforço de revisão da produção brasileira no campo da Green Supply Chain Management em um tradicional evento científico brasileiro encerra a seção de artigos dessa edição.

Uma boa leitura!

Fernando Antonio Prado Gimenez¹

Editor

¹ Universidade Federal do Paraná. relise2016@gmail.com