

ESTRATÉGIA, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Marcela Barbosa de Moraes¹

No novo cenário econômico, fundamentado no paradigma tecno-econômico da era do conhecimento, no qual muitos fatores e variáveis se entrelaçam de forma cada vez mais complexa, identificar novas oportunidades por meio da inovação e criar uma vantagem competitiva que levam as organizações ao sucesso são atividades cada vez mais difíceis de serem elaboradas pelos proprietários-dirigentes que estão à frente dessas empresas.

É importante evidenciar que as novas orientações do mercado mundial, assim como as revisões das políticas governamentais de estabilização da macroeconomia, impuseram à indústria brasileira uma reestruturação produtiva e gerencial com foco em pesquisa e desenvolvimento, capacitação tecnológica e reorganização dos processos produtivos e financeiros.

Dentro deste novo contexto econômico e organizacional, as estratégias, representadas pelas decisões e ações empresariais que orientam a organização em busca do sucesso, e a inovação tecnológica, como um papel fundamental na vida das organizações, tornaram-se muito mais importantes e ao mesmo tempo muito mais difíceis de serem definidas e implementadas.

O papel de um periódico científico no cenário atual é o de promover a troca de ideias, abrindo espaço para a divulgação dos resultados de pesquisas em Ciências Sociais Aplicadas. A presente edição de *Latin American Journal of Business Management* (LAJBM) contempla uma variedade de artigos com a intenção de contribuir para a ampliação do

¹ Editora Executiva da LAJBM. Doutorado em Administração pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Professora do Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional. End.: Rua Expedicionário Ernesto Pereira, 225, Taubaté, SP, Brasil. E-mail: marcela.moraes@unitau.com.br.

conhecimento na área de negócios. A equipe editorial de LAJBM espera que esta revista seja um instrumento útil de divulgação da produção de conhecimentos para àqueles que atuam na área de negócios.