

EDITORIAL

Esta edição, o v. 12, n. 1 da Revista Eletrônica de Estratégias & Negócios apresenta dez artigos com as seguintes temáticas e seus respectivos autores:

Análise estratégica do setor de energia eólica brasileiro a partir de uma pesquisa qualitativa exploratória - João Victor Moreira Magalhães, Maria de Fátima Barbosa Góes, Marcelo Santana Silva, José Célio Silveira Andrade.

O desenvolvimento das redes sociais e o uso corporativo: uma análise da influência do desenvolvimento das características técnicas no uso corporativo de redes sociais dos autores Durval Lucas Júnior e Lucas Tadeu de Oliveira Buzzo.

A influência de executivos no Desempenho Organizacional que apresenta pesquisa de Julio Cesar Volpp Sierra, Fernando Antonio Ribeiro Serra e Luiz Antonio de Carvalho Guerrazzi.

Organização para a defesa dos interesses técnicos, artigo publicado em inglês com o título: *The industry technical influence in product regulation* dos autores Maria Cristina Werle Reguly e Daniel Pedro Puffal.

As características das abordagens estratégicas adotadas pelas FinTechs brasileiras para competir na Indústria de meios eletrônicos de pagamentos escrito por Adriano Pitt Dall'agnol e Jorge Renato Verschoore.

Estrutura e desempenho de clínica médica a partir do olhar sobre uma clínica médica brasileira dos pesquisadores: Inayara Valéria Defreitas Pedroso Gonzalez, Pamela Rodrigues Moreira e Edilene Costa Santos.

O caminho da pesquisa em performance organizacional – um estudo bibliométrico de 2008 a 2018 na Base Web Of Science de Derson Lopes-Jr. e Marco Antonio Milani Filho.

Nível de evidenciação da governança pública nos municípios dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri das autoras Laiane Gonçalves Chagas Vespermann e Lis Daiana Bessa, e do autor Taveira, Roberto Silva da Penha.



Critérios para seleção de ideias no *Front end* da inovação revisão integrativa da literatura apresentada por Aline Valdati, João Artur de Souza e Gertrudes Aparecida Dandolini.

A visão de publicitários brasileiros sobre fatores determinantes de marketing ambiental para estratégias de empresas - Alípio Ramos Veiga Neto, Francisco de Paula Costa, Arthur William Pereira da Silva, Walid Abbas El-Aouar, Bruna Lourena de Lima Dantas.

Aos leitores, autores e avaliadores ad hoc a REEN agradece pela colaboração voluntária. A todos uma excelente leitura! A Revista pode ser navegada através do link <<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index>>.

Atenciosamente,

Editor-Chefe da Revista Eletrônica de Estratégias & Negócios - REEN.