

## Editorial - v. 8, n. 1 (2019), Janeiro-Abril. Prezados Leitores

Iniciamos o ano de 2019 com muitas novidades. Nossos editores adjuntos já estão atuando junto aos artigos submetidos na REGEPE. Estamos com isso, encurtando os prazos de retorno para nossos autores.

Continuamos também com o sistema *ahead of print*, disponibilizando os artigos muito antes de fechar a edição. Assim nossos leitores podem usufruir da literatura recente, tão logo os artigos sejam aprovados para publicação.

Este primeiro número de 2019, trazemos sete artigos científicos, um caso de ensino, um artigo tecnológico e uma resenha de livro da área.

O primeiro artigo, intitulado “*Impact of marketing activities in the early years of a firm’s life on its future performance*” de Itair Camargo Filho e Candido Vieira Borges Junior analisa, por meio de métodos quantitativos, resultados de um novo empreendimento, suas atividades de marketing (diálogo com clientes e engajamento em ações promocionais) e o impacto no desempenho futuro das organizações.

O artigo de Christiane Ferreira Bellucci, Rosalia Barbosa Lavarda, Carla Regina Magagnin Roczanski versa sobre “**A Prática Estratégica de Pesquisa de Mercado no Processo de Internacionalização de uma Pequena Cervejaria do Sul do Brasil**”. As autoras estudaram a integração entre os níveis intra e extraorganizacionais na prática estratégica de pesquisa de mercado no processo de internacionalização, considerando o diagrama de Whittington (2006).

O terceiro artigo, “**Inovação e capacidades dinâmicas: as relações entre as múltiplas inovações e as capacidades de detecção, captura e reconfiguração nas academias fitness**” de Mariama Saskya Araújo da Silva, Miler Franco D’anjour, Bruno Campelo Medeiros, Miguel Eduardo Moreno Añez apresenta as relações entre as múltiplas dimensões da inovação e as capacidades dinâmicas em MPEs do segmento de academias *fitness* na cidade de Natal/RN. Observam que a variabilidade nos graus das múltiplas dimensões da inovação nas organizações pesquisadas são resultantes da influência do dinamismo do ambiente sobre os recursos, habilidades, competências e conhecimentos organizacionais, sendo esses critérios de distinção entre as organizações e de formação de vantagens competitivas.

O artigo “**Compras Públicas e Desenvolvimento Local: Micro e Pequenas Empresas Locais nas Licitações de uma Universidade Pública Mineira**” de Fernanda Rodrigues Drumond Chaves, André Luís Bertassi, Gustavo Melo Silva, analisa a influência das MPEs locais e regionais nos certames licitatórios de uma universidade pública mineira, no período de 2015 a 2017. Os resultados da pesquisa indicam que, apesar da ocorrência de aumento significativo do número de MPE contratadas com a administração pública, as locais representavam menos de 1% do total de compras da organização pública investigada.



O quinto artigo, **“Panorama da Produção Científica em Empreendedorismo Rural: Um Estudo Bibliométrico”** de Evelyn Gomes Bernardo, Heidy Rodriguez Ramos, Leonardo Vils, apresenta o panorama das publicações sobre empreendedorismo rural por meio de um estudo bibliométrico. Analisaram 417 artigos e apresentaram a evolução das publicações por meio de análises de citações e de cocitações em todos os artigos publicados na plataforma *Web of Science*. Identificaram as obras mais influentes, os autores mais citados e a formação de quatro grupos de autores que trabalham com o tema empreendedorismo rural.

O artigo, **“Sensorial Merchandising: Um Experimento no Varejo de Moda para Inclusão de Consumidores Cegos”** de *Iris Brenda Mendes Souza e Silva Almeida, Rafael Lucian, Nelsio Rodrigues Abreu*, amplia o conhecimento acerca do conceito sensorial merchandising a partir do entendimento da atmosfera de varejo como um esforço para gerar uma experiência de compra, com pessoas com deficiência visual. Apresenta os anseios dos consumidores, além identificar e dar subsídios para as empresas de varejo de moda que promovem autonomia no ato da compra por meio de uma cartela de cores com aroma de fruta/fruto, *Color Sense*, como elemento do Sensorial Merchandising.

E encerra a sessão de artigos científicos com o estudo de *Edward Humberto Guimarães Júnior*, **“Como os Empreendedores Trabalham: uma leitura psicodinâmica da organização do trabalho de um grupo de empreendedores”**. A pesquisa descreve a organização do trabalho dos empreendedores, privilegiando a compreensão dos aspectos subjetivos mobilizados por eles a partir de situações concretas de trabalho, tendo como abordagem teórico-metodológica a Psicodinâmica do Trabalho. A pesquisa revela que ao criar o próprio negócio, os empreendedores tornam-se agentes ativos na modelagem tanto do próprio trabalho quanto de suas organizações, propiciando melhor descarga psíquica.

O Caso de Ensino, **“Educação Empreendedora pela Experiência: O Caso do Festival de Artes Empreendedoras em Itabaiana”**, de *Gracyanne Freire de Araujo, Eduardo Davel Paes Barreto Davel* traz experiências de aprendizagem por meio da educação empreendedora na formação profissional e no ensino superior, analisa formação de educadores com sensibilidade e consciência para as necessidades e particularidades do empreendedorismo e desenvolve uma reflexão crítica sobre as pedagogias da educação empreendedora. O caso retrata a experiência de estudantes de graduação em Administração ao longo de um componente curricular na Universidade Federal de Sergipe voltado para o empreendedorismo cultural.

O artigo tecnológico, **“Aplicação de Ferramentas de Apoio Gerencial Contábil em uma Microempresa de Confeções”**, de *Filippi Mickael Martini Honorio, Simone Zuconelli Bonemberger*, identifica como as ferramentas gerenciais selecionadas podem auxiliar na gestão empresarial de uma microempresa. O caso estudado foi um comércio de confeções, localizado na região Oeste do Paraná. O estudo prático aponta que as ferramentas gerenciais aplicadas auxiliam na geração de informações úteis para o planejamento e a tomada de decisão dos gestores e que a forma de gestão atual necessita de mudanças, pois o acompanhamento do negócio é premissa para o alcance do sucesso e do lucro.

Este número brinda com a resenha desenvolvida por *Eveli Freire Vasconcelos, Krisley Amorim de Araujo, Maria Eduarda Avancini Casali*, sobre o livro **“Empreender em Psicologia (e outros campos profissionais)**, de autoria de Renatto Cesar Marcondes e José Carlos Zanelli.



Apresenta o empreendedorismo como uma estratégia de inserção no trabalho e desenvolvimento de carreira. O comportamento empreendedor é apontado como uma estratégia de ampliação de carreira em um contexto de incertezas. O livro é dividido em 8 capítulos, em que os autores articulam o empreender com sua devida interlocução teórica e efetuam o diálogo com as práticas empreendedoras de psicólogos.

Este sucinto editorial que apresenta os artigos publicados neste número não revela todas as contribuições que os mesmos propiciam para o avanço do conhecimento da área de empreendedorismo. Apresentam teorias contemporâneas, metodologias inovadoras e, fecham com importantes resultados, abrindo caminhos para novos estudos.

Gostaria de parabenizar nossos autores e ressaltar o valioso e importante papel que nossos avaliadores exercem nesta jornada trabalho.

Minha eterna gratidão.

Parafrazeando um autor desconhecido ... “Livros, textos, artigos, mentes e guarda-chuvas somente servem se os abirmos”.

Boa leitura!

Vânia Maria Jorge Nassif  
Editora Chefe