

EDITORIAL

Daniella Munhoz, editora

Daniella_munhoz@id.uff.br

O primeiro número de 2019 dos Cadernos de Gestão e Empreendedorismo (CGE) reúne artigos em torno de vários eixos temáticos como estratégia, empreendedorismo, inovação, relacionamento com o cliente e clima organizacional. A partir dessa edição, a CGE está ampliando seu escopo de divulgação da produção científica para incluir, além de artigos científicos e técnicos, também casos de ensino.

O artigo que abre o número, **Alinhamento Organizacional para a Implementação de Estratégias**, de Luís Alberto Monteiro de Barros e Antonio Max Martins dos Santos, propõe um modelo teórico de pesquisa que relaciona as contribuições do alinhamento estratégico para a eficácia da implementação de estratégias organizacionais, sugerindo indicadores levantados a partir de pesquisa bibliográfica.

O segundo artigo, **Relacionamentos de Cooperação entre Empresas de Micro e Pequeno Porte: um Estudo dos Food Trucks do Distrito Federal**, de Amanda Reis de Almeida Apolinário, Helena Araújo Costa e Newton da Silva Miranda Júnior, realiza uma pesquisa descritiva de abordagem quantitativa, por meio de aplicação de questionário adaptado de Miranda Júnior (2013) e utilização de estatística descritiva, para analisar os benefícios de relacionamentos de cooperação entre *food trucks* do Distrito Federal numa perspectiva de vantagem competitiva.

O artigo seguinte, **Competências Empreendedoras em Artesãos no Alto do Moura em Caruaru (PE)**, de Niedja Cecília de Freitas Silva, José Lindenberg Julião Xavier Filho e Elielson Oliveira Damascena, analisa a presença de competências empreendedoras nos artesãos da comunidade de Alto do Moura em Caruaru, a partir da aplicação de questionário adaptado do trabalho de Lenzi (2008) e de técnicas de análise de estatística descritiva.

O quarto artigo, **Relacionamento entre Clima Organizacional de Suporte à Inovação e a Qualidade da Vida Acadêmica**, de Jaqueline Abrahão Almeida, Favio Akiyoshi Toda e Saulo Barroso Rocha, avalia o grau de relacionamento entre o clima organizacional voltado para o suporte à criatividade e inovação, utilizando modelo proposto por Siegel e Kaemmerer (1978), e a qualidade da vida acadêmica do estudante de ensino superior. Os resultados encontrados fornecem indicações de que o forte grau de relacionamento entre o clima de suporte à criatividade e a vida acadêmica influenciaram o desempenho dos estudantes da universidade pública estudada.

O quinto artigo intitulado **A Percepção de Clientes de um Programa de Relacionamento no Varejo Supermercado**, de Vívian Larissa Alves Araújo Arraes, Francisco Juanito Costa da Silva, Érico Veras Marques e Jocildo Figueiredo Correia Neto, realiza um estudo de caso numa rede de supermercados de Fortaleza com o objetivo de identificar as variáveis mais relevantes para a gestão de relacionamento com o cliente na percepção dos consumidores. Entre os achados da pesquisa, destaca-se a comprovação da importância da presença em redes sociais como canais de comunicação direta com o cliente para obtenção de melhores resultados nas ações de CRM.

Por fim, encerramos o número com o caso de ensino **Meu Espelho Tem Duas Faces: uma Ordena a Pensar e a Outra a Agir**. Nesse trabalho, os autores, Antônia Márcia Rodrigues Sousa, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria e Alexandre Oliveira Lima, apresentam um caso de ensino baseado na temática do empreendedorismo a partir da história de Luciano Feijão da Livraria Pensar no Ceará, discutindo comportamentos e características do empreendedor, processo de decisão, identificação e avaliação de oportunidades no ambiente competitivo.

Boa leitura!