



Editorial

Joysi Moraes
Editora CGE
jmoraes@id.uff.br

A terceira edição, de 2020, da Cadernos de Gestão e Empreendedorismo registra mais um ano de existência da revista, cujo foco são as ações empreendedoras e os processos organizacionais que buscam contribuir para com as organizações e desenvolvimento socioeconômico do país.

Começamos com o artigo de **Marcelo Roger Meneghatti, Lucilene de Paula Clemente, Alessandra Demite Gonçalves de Freitas e Leticia Oliveira dos Ouros** acerca da **Aprendizagem empreendedora e seus diversos campos teóricos de pesquisa sobre o empreendedor**. A análise de conteúdo em artigos nacionais com o tema aprendizagem empreendedora, mostra que quatro constructos teóricos se destacam: ensino do empreendedorismo; formação de competência; sujeito empreendedor; e empreendedorismo social.

Em **Parceria entre grandes empresas e startups que participam de aceleradoras corporativas: benefícios e desvantagens para as startups**, **Mayara Kasai Yoshiyassu, Alexandre Rodrigues Cajuela, Bruna Toffoli Affonso e Simone Vasconcelos Ribeiro Galina** mostram que as aceleradoras corporativas classificadas como programas estruturados de inovação geram capacidade de absorção às *startups* em maior escala. A principal desvantagem foi a complexidade de gestão. Destacando-se que o apoio oferecido às *startups* em programas estruturados resulta em maiores benefícios.

Em seguida, **Henrique da Silveira Zanin, Leandro dos Santos Ferreira, Iris Barbosa Goulart e Fernanda Carla Wasner Vasconcelos** apresentam os **Desafios e inovações na gestão de pessoas de uma holding brasileira de ensino superior**. Os resultados apontaram que o setor de gestão de pessoas é levado a resolver problemas que envolvem conhecimento mais amplo de gestão administrativa, marketing, jurídico, adotando inovações para solucioná-los.

Thales Cardoso Lafeté, Hemilly Karolyne Ramos de Souza, Andréa Nogueira do Amaral Ferreira, Gustavo Souza Santos e Josiane Santos Brant Rocha, por sua vez, tratam de uma das organizações presentes em, praticamente, todos os bairros brasileiros. **Percepção dos clientes de um salão de beleza sobre os determinantes da satisfação e atributos de qualidade ofertados** mostram que os principais atrativos são: estacionamento, entretenimento, uniformes, atualização de tendências, empatia e conveniência de horários.

Inaê Iandara Moraes de Andrade Huppés e Jacqueline Alves Machado, a partir de pesquisas bibliográficas, documentais, entrevistas e observação direta com organizações parceiras, analisaram o **Marketing social e sua influência no branding e na relação com stakeholders: o caso do Programa Jovem Aprendiz do CIEE – Roraima**. Os resultados mostram que há o quanto o Programa Aprendiz impacta, positivamente, na vida dos jovens participantes, *stakeholders* e marca vinculadas, bem como dos agentes intermediadores.

Não sei se vou, ou se fico: dilemas determinantes entre ser ou não ser um centro universitário é um caso para ensino de **Antônia Márcia Rodrigues Sousa e Ruan Carlos dos Santos**. O caso relata a trajetória de um empreendedor que identificou, em meio às dificuldades de uma cidade no interior do Ceará, a oportunidade de fundar em 2007 uma Instituição de Ensino Superior, que vem apresentando indicadores que contribuem para superar tais desafios e se colocar no mapa da Educação do Brasil, tornando-se um Centro Universitário.