

## Editorial

Joysi Moraes

Editora CGE

[jmoraes@id.uff.br](mailto:jmoraes@id.uff.br)

<http://lattes.cnpq.br/0522342291643601>

<https://orcid.org/0000-0003-0133-1111>

O primeiro número, de 2025, da Cadernos de Gestão e Empreendedorismo traz um artigo de **Márcia Luíza Freitas Ganem e Eduardo Paes Barreto Davel**, **A sociomaterialidade do empreendedorismo: pesquisa acadêmica na lente sociocultural** (*The entrepreneurship sociomateriality: Research in the sociocultural lens*). Nele, os autores revisam e discutem a produção acadêmica existente sobre a materialidade do empreendedorismo, incorporando os avanços teórico-conceituais alcançados no campo dos estudos organizacionais e antropológicos. Os resultados apontam para a lente sociocultural como promissora para guiar pesquisas futuras. Em particular, os estudos sobre empreendedorismo cultural podem se beneficiar dessa nova perspectiva de estudo. Implicações e desafios para pesquisas futuras são formulados e discutidos.

Em seguida, trazemos “**Semeando lutas, germinando (r)evolução: gênero e empreendedorismo feminino na área de nutrição**” (*“Sowing struggles, germinating (r)evolution”: Gender and female entrepreneurship on the nutrition field*), de **Carolina Campos Meira Alves Peixoto e José Washington de Moraes Medeiros**. De acordo com os autores, os resultados revelaram potencialidades para a inovação nos negócios e resvalaram interposição de (in)equidade de gênero, desdobrando-se em resignação/resiliência diante da luta cotidiana e conquistas históricas. Conclui-se que políticas públicas (macrocosmo) e capacitação para a autogestão (microcosmo) são parâmetros fundamentais inter-relacionados para maximizar oportunidades/empoderamento e fomentar justiça social.

**Fernanda de Oliveira Souza, Ana Clara Pereira Soares, Bernardo Almeida Rocha e Luiz Célio Souza Rocha** trazem **Marketing digital: influência das mídias sociais na decisão de compra do consumidor acadêmico** (*Digital marketing: the influence of social media on academic consumers' purchasing decisions*). Os autores constataram que as variáveis “Frequência de acesso”, “Busca de informações” e “Frequência de compra” foram as mais impactantes. A análise resultou em uma nova dimensão chamada “Interação digital”, mostrando que quanto maior a interação, maior a influência. As Plataformas de compras e o Instagram foram as mídias sociais mais utilizadas dentro do processo de decisão de compra, demonstrando uma maior influência sobre os consumidores.

Na mesma temática, **Adalberto Ribeiro-Ferreira e Angela Machado Rocha** apresentam **Marketing digital como instrumento de promoção de inovações: um estudo multicaso em núcleos de inovação tecnológica** (*Digital marketing as a tool for promoting innovation: A multi-case study in technological innovation centers*). O estudo analisou ações de marketing digital de 12 Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs) de Universidades Públicas da Bahia para a promoção de sua Propriedade Intelectual (PI) e constatou que, embora todos possuam site institucional, apenas dois dispõem de vitrine tecnológica. No que conclui-se que o marketing é pouco explorado nos NITs, tornando essencial seu fortalecimento para ampliar colaborações, aumentar a visibilidade da PI e potencializar a transferência de tecnologia.

Em **Formalização e comercialização da cachaça em viçosa do Ceará** (*Formalization and marketing of cachaça in viçosa do Ceará*), **Nádia Alves Lima e Janaina Fernandes de Araujo** tratam da cachaça, sua expansão e diversificação, destacando sua tradição e importância no comércio brasileiro. Identificaram a limitada fiscalização e regulamentação, devido à falta de certificação e incertezas sobre a origem e qualidade da bebida. Há necessidade de estratégias que reduzam a informalidade e valorizem o potencial econômico da cachaça artesanal.

**Victor Pereira Oliveira Lopes e Graciela Dias Coelho Jones** investigaram o **Perfil e competências empreendedoras dos gestores de startups do ecossistema de Uberlândia** (*Profile and entrepreneurial skills of startup managers in the Uberlândia ecosystem*). As principais competências empreendedoras encontradas foram: persistência (90%), comprometimento (83%) e busca de oportunidade (72%). As startups überlandenses têm potencial, apesar de ainda estarem em estágio de validação, e pode-se perceber que há um déficit de competências administrativas dos gestores para aplicar em seus negócios.

**Ana Cristina Viana Campos** analisou os **Significados atribuídos pelas participantes do encontro nacional mulher brilhante 2024 à luz da teoria da autodeterminação** (*Meanings attributed by participants of the brilliant woman national meeting 2024 in the light of self-determination theory*). Os resultados revelaram que o evento atendeu às necessidades de autonomia, competência e relacionamento, promovendo motivação intrínseca e crescimento pessoal. Conclui-se que iniciativas como esta são fundamentais para fomentar ecossistemas empreendedores mais inclusivos e colaborativos.

Em **Práticas extensionistas para potencializar a inovação e produtividade numa pizzaria em São Bernardo, Maranhão** (*Extension practices to boost innovation and productivity in a pizzeria in São Bernardo, Maranhão*), de **Jussara Danielle Martins Aires, Carlos Antonio Lima de Jesus e Francisco das Chagas Ribeiro Gomes** constataram que a pizzaria apresenta barreiras relacionadas à gestão, infraestrutura e tecnologia para a implementação e continuidade da inovação. Gestores receberam um relatório diagnóstico, com recomendações com indicação de provedores de soluções às necessidades prioritárias.

No artigo **Impacto da variação cambial e aspectos fiscais nas empresas do setor farmacêutico listadas na B3 durante a pandemia: uma análise do período de 2019 a 2021** (*Impact of exchange rate fluctuations and taxes aspects on pharmaceutical companies listed on B3 during the pandemic: An analysis of the period from 2019 to 2021*), **Giovanni Santos Lopes da Silva, Marcelo Rabelo Henrique, Antonio Saporito e Sandro Braz Silva**, utilizando uma abordagem quantitativa sobre os dados das 6 empresas do setor com dados disponíveis, indicam que, apesar da evolução do desempenho das empresas no período, a volatilidade cambial impactou negativamente, especialmente em 2020. Estratégias como contabilidade de hedge e o correto preenchimento da DCTF foram identificadas como mitigadores desses efeitos. Assim, apesar da resiliência do setor, a exposição ao câmbio representa um risco estrutural relevante.

**Oscar Luiz Schuhardt** apresenta uma **Proposta de melhoria no processo de avaliação e monitoramento de empresas de base tecnológica em uma incubadora do noroeste do estado do Paraná** (*Proposal to improve the evaluation and monitoring process for technology-based companies in an incubator in the north-east of the state of Paraná*). O autor apresenta um método de avaliação e monitoramento alinhado à metodologia Cerne, considerando a fase de desenvolvimento do empreendimento. Os métodos de monitoramento e de avaliação propostos impulsionam a aderência das empresas ao mercado garantindo o sucesso dos empreendimentos e o cumprimento da missão organizacional da incubadora.