

## Editorial

Apresentamos com satisfação a segunda edição da Regepe. Neste número da revista estão publicados cinco trabalhos de alta qualidade elaborados por pesquisadores provenientes de diversas instituições brasileiras. Continuando com o propósito de se tornar uma revista de referência nos estudos sobre empreendedorismo e pequenas empresas no Brasil, buscamos compor um conjunto de leituras que abordam aspectos teóricos e empíricos em diversas abordagens. Assim, temos nessa edição contribuições importantes sobre inovação, empreendedorismo e gestão de pequenas empresas.

No primeiro artigo, Inácio Júnior, Carvalho e Gavira desenvolveram um método de seleção de micro e pequenas empresas de base tecnológica com sugestão de uso em estudos futuros. Baseada em dimensões relacionadas ao esforço inovativos e resultados inovativos, a proposição visa contribuir para a adoção de critérios relevantes na pesquisa nesse campo, de forma a ampliar as possibilidade de comparação de resultados de estudos diferente.

O papel das incubadoras na construção do alinhamento estratégico e mercadológico de empresas incubadas e graduadas é tratado por Abib, Hayashi Júnior, Gomel e Fonseca. Nos artigos, os autores relatam os resultados obtidos em estudo com 36 empresas localizadas em quatro incubadoras no Paraná.

Campos, Martens, Resende, Carmona e Lima apresentam estudo relevante sobre a produção científica brasileira em Empreendedorismo Social. Tema que vem adquirindo espaço cada vez maior na literatura brasileira e estrangeira, o empreendedorismo social se manifesta por diferentes formas. Esses autores conseguiram evidenciar, após a revisão de 76 trabalhos publicados entre 2000 e 2012, que os principais objetivos de empreendimentos sociais são comunitários, de inclusão social ou de emancipação social. O estudo também revela lacunas importantes que podem ser abordadas por novas pesquisas.

Identidade empreendedora é o foco da atenção Ésther, Rodrigues e Freire. Este conceito foi explorado em um estudo de quatro indivíduos a partir de dimensões presentes nas teorias da identidade social e da categorização. A análise dos resultados encontrados permitiu aos estudiosos que realizaram o estudo reforçar proposições que tratam da multiplicidade de definições de identidades empreendedoras.

No último artigo dessa edição, um estudo exploratório de Vogel e Wood Jr identificaram o significado atribuídos por dirigentes de pequenas empresas a práticas gerenciais e sua adoção. Resultado interessante do estudo diz respeito ao reconhecimento da relevância de determinadas práticas gerenciais que, no entanto, deixam de ser adotadas em função de limitações inerentes a este tipo de empresa.

Boa leitura!

Fernando Antônio Prado Gimenez – editor

Jane Mendes Ferreira – editora adjunta