

Wanderlei Abadio de Oliveira¹

¹ Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas – SP, Brasil

Em uma crônica de 1968 intitulada “As três experiências”, Clarice Lispector introduz a seguinte frase: “A palavra é o meu domínio sobre o mundo”. Com essa frase quero iniciar esse editorial da 7ª Edição da Revista Gestão, Inovação e Tecnologia na medida em que ela permite refletir sobre como a palavra deve ser disseminada e esse exercício tem um poder sobre o mundo, principalmente quando ela alcança a muitos. Nesse sentido, é com grande satisfação que informo que a partir da edição de 2024 os artigos publicados passam a possuir um número de identificação DOI e serão disponíveis na plataforma Zenodo. Essa plataforma é um importante instrumento para o compartilhamento do conhecimento produzido e possui forte compromisso com a “ciência aberta”.

Sobre a edição que agora publicamos, o primeiro artigo explora a influência do uso de desenhos industriais e indicações geográficas na competitividade do setor joalheiro. Já no segundo artigo, é investigado o efeito de um programa na produtividade e nos controles gerenciais de micro e pequenas empresas.

O terceiro artigo aborda a complexidade das obrigações fiscais desses profissionais e discute a interpretação das normas tributárias. No quarto artigo, intitulado “Internacionalização de startups brasileiras do ecossistema de inovação: investigação e análise da contribuição de política pública”, os autores revelam desafios enfrentados e sugerem melhorias para fortalecer o ecossistema de inovação brasileiro.

Por sua vez, o quinto artigo explora os avanços tecnológicos na produção de alimentos e medicamentos transgênicos. Das mesmas autoras, o sexto artigo discute os efeitos combinados de fatores genéticos e ambientais

nas doenças autoimunes. Diferentemente, no sétimo artigo é examinada a relação entre liderança servidora e satisfação no trabalho. Baseado em uma revisão sistemática da literatura, os autores desse artigo concluem que esse tipo de liderança contribui positivamente para o bem-estar e engajamento dos colaboradores.

O artigo intitulado “Do marketing à ‘magia’: um estudo sobre os fatores que tornaram a Disney uma empresa referência no uso do *neuromarketing*, percepção e branding sensorial” traz uma abordagem interessante sobre como a inovação, no uso do *neuromarketing*, pode ser utilizada para fortalecer marcas e aprimorar a experiência do cliente, servindo de modelo para outras empresas no caso da Disney.

O nono artigo analisou aspectos do estado, território e políticas públicas para problematizar questões relacionadas ao desenvolvimento sustentável. Fechando a edição de 2024 tem-se o artigo “Empreendedorismo e ensino superior: análise do perfil empreendedor de alunos de um centro universitário”.

Quero terminar esse Editorial convidando a todos e todas para lerem os artigos e oferecerem feedbacks por meio do e-mail gesinovemp@faculdademetropolitana.edu.br. Também quero informar que a partir da próxima edição, disponibilizaremos um *template*/modelo para auxiliar os autores na preparação dos artigos. Fica, então, o convite e o encorajamento para submeterem seus trabalhos, contribuindo para a disseminação do conhecimento científico de qualidade e para o contínuo avanço de diferentes áreas de estudo.

Boa leitura!