

## Editorial

*Denilson Aparecida Leite Freire*<sup>1</sup>

\* \* \*

É com satisfação que apresentamos o segundo número de 2022 da revista Management in Perspective – MiP. A revista oferece acesso aberto ao artigo dessa edição, que aborda a temática da Gestão Financeira.

O lançamento desse número da MiP ocorre em um cenário de pós pandemia gerada pela propagação do Coronavírus, em um período em que a maioria dos encontros e congressos acadêmicos se deram de forma virtual. Esse cenário foi caracterizado por incertezas, mudanças, inconsistências e desafios para as pessoas, as empresas, as instituições e os governos.

Em 2022 houve um atraso nas publicações muito em função do baixo volume de artigos submetidos à revista. Temos um compromisso de editar, no mínimo, 5 artigos por semestre, o que não foi possível. Eu assumi o desafio de regularizar o fluxo das edições em 2023. Está sendo um grande desafio regularizar o fluxo, mas com intervenções pontuais conseguimos um grande fluxo de submissões e a estratégia é regularizar o fluxo, publicando um artigo para cada semestre de 2022 e, em seguida, publicar, no mínimo, 5 artigos por seção nas edições de 2023.

Recebemos a boa notícia que a revista foi qualificada pela CAPES com qualis B4 e nossa perspectiva é alcançar índices ainda maiores após a regularização do fluxo. Agradecemos a todos que possibilitaram essa conquista!

O artigo que abre essa edição é intitulado “A Influência Da Adoção De Estratégias Durante A Pandemia Da Covid-19 No Desempenho Financeiro

---

<sup>1</sup> Editor chefe. Faculdade de Gestão e Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6704-1339>. E-mail: [denilson@ufu.br](mailto:denilson@ufu.br)

De MPE's Gerenciadas Por Mulheres”, de Laize Almeida de Oliveira, Marcilene Feitosa Araújo e Miraci Matos do Carmo. As autoras analisaram como a adoção de estratégias de adaptação durante a pandemia da Covid-19 impactou o desempenho financeiro de MPEs gerenciadas por mulheres em Rondon do Pará. Utilizando uma abordagem qualitativa e descritiva, o estudo buscou compreender e descrever eventos passados. Os resultados indicaram que as empresárias destacaram as redes sociais como a estratégia mais eficiente durante a pandemia. A ativa presença diária nas redes sociais, interagindo com os clientes e mantendo uma rede de contatos, foi crucial para impulsionar as vendas. Apesar do susto inicial, algumas empresárias compreenderam a importância da adaptação à mudança. O estudo enfatiza a importância da capacidade de reinvenção para alcançar resultados financeiros positivos, sublinhando a essencialidade de estratégias ágeis e inovadoras.