

## APRESENTAÇÃO

Caro leitor,

Esta edição da Revista de Jovens Pesquisadores apresenta seis artigos sobre os seguintes assuntos: inovação em Contabilidade, alianças estratégicas, exportações de óleo de soja, propaganda televisiva, gestão de portfólio, varejo e composto de marketing.

O artigo de autoria de Paula Mayumi Nakane e Gilberto Perez trata a identificação dos fatores que influenciam na adoção da inovação definida pelas normas internacionais da contabilidade (IFRS) pelo profissional da área contábil no Brasil, com uma pesquisa com profissionais da Contabilidade de diversas empresas e variados setores de atividade, cujos resultados chamam à atenção para a necessidade de planejamento e preparo do ambiente na implantação de mudanças substanciais, como é o caso do IFRS.

Charles Moraes Cruz, Juliana Barbieri Silva e Adilson Aderito da Silva, em seu artigo, focam na influência o público infantil recebe do meio e mídia externos, tornando-se cada vez mais hábil para manipular e influenciar o comportamento de compra dos pais. O estudo, que contou com o processamento dos dados com a técnica de Modelagem em Equações Estruturais (MEE-PLS), revelou que a divulgação das marcas licenciadas não exerceu influência direta sobre o comportamento dos pais na compra dos alimentos infantis, mas sim, sobre o comportamento dos filhos e, esse, sobre o comportamento de compra dos pais.

O trabalho de Rodrigo Abbade da Silva, Mygre Lopes da Silva e Daniel Arruda Coronel analisa o comportamento das exportações brasileiras de óleo de soja para a Índia, no período de 1999 a 2012. Os resultados indicaram que o Brasil apresenta vantagem comparativa na produção óleo de soja, e é competitivo no mercado mundial de óleo de soja, reduzido de forma considerável de 2001 a 2010.

O artigo de Bianca Gonçalves Rosa de Oliveira, Eduardo Bolyhos, Gabriel Cavalcante Camargo e Orlando D'Ángelo Neto, sob a orientação do Prof. Felix Hugo Aguerro Diaz Leon, analisa a exposição de crianças à publicidade televisiva, levantando discussões sobre seu poder de persuasão em relação ao consumo, e conclui que, para a amostra utilizada, a publicidade televisiva tem um papel fundamental na formação de hábitos e preferências alimentares.

Marina Mitsuyo Uotani, Kavita Miadaira Hamza e Paulo Cesar Bontempo focalizam a importância de gestão de portfólio de produtos, buscando entender como pode contribuir para a elaboração de estratégias de crescimento e estratégias competitivas. Por meio de um estudo de caso foi possível confirmar o impacto positivo da gestão portfólio no planejamento e execução estratégica.

A investigação sobre como ocorre o composto de marketing em uma empresa de varejo online brasileira foi o objeto de estudo do artigo assinado por Ana Carolina Adamson Corrêa, Angélica de Prete Carvalho Souza, Ariane Florentino de Souza,

Bruno Renato de Aquino Peyroton, Karolyunny Alves Santos, Adriana Beatriz Madeira e Patricia Gonçalves Vidal. A pesquisa de cunho qualitativo e exploratório, tendo a Basico.com como empresa pesquisada, mostrou que o mix de produto é enxuto e simples, consonante com a cultura e proposta do negócio.

Esperamos que apreciem a leitura!

**Lilian A. P. Miguel e Paulo Scarano**

***Revista Jovens Pesquisadores - Editores***

[editor.jp@mackenzie.br](mailto:editor.jp@mackenzie.br)