

## Apresentação

Caro Leitor,

Esta edição da Revista de Jovens Pesquisadores apresenta, em seus sete artigos, alguns dos melhores trabalhos de conclusão de curso, que versam sobre os seguintes assuntos: a influência exercida nas redes sociais pelos divulgadores individuais no processo de decisão de compra do público jovem; inovação em serviços - a tecnologia vitrine virtual em uma empresa de varejo; a percepção de valor do consumidor com relação às inovações do setor automotivo; exportação de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos brasileiros para o mercado árabe; Siemens *Healthcare* - inteligência de marketing a serviço das tecnologias médicas; desenvolvimento de competências gerenciais em processos de expatriação de brasileiros, e estratégias do composto de marketing verde aplicadas a uma empresa brasileira internacionalizada. Uma sumarização, a partir dos resumos dos próprios artigos é apresentada a seguir:

O artigo de autoria de Diana Silva Cavelagna, Felipe Beltrão Martins, Juliana Garbato Thomé e Nayara Cristina de Freitas Martins, orientado pelo Professor Sergio Silva Dantas, sobre a influência que as publicações em redes sociais feitas por divulgadores individuais exercem no processo de decisão de compra do público jovem, revelou que a influência dos divulgadores individuais sobre o comportamento de compra do consumidor jovem ocorre de forma direta, levando o usuário jovem diretamente à compra, ou indireta, levando o usuário jovem à busca de novas informações sobre o produto, e revelou também que as redes sociais permitem uma interação e aproximação das marcas com esse público.

O trabalho sobre como a inovação em serviços com o uso da tecnologia Vitrine Virtual em uma rede de varejo, elaborado por Wanderlei Augusto Biancão Junior, Ana Flávia Montagnolli, Bruno Aparecido Costa, Cora Nunes Gomes e Natanny Cavalcante Medeiros, sob a orientação do Professor Marcos Antonio Franklin, mostrou que a Vitrine Virtual não influenciou no comportamento do consumidor, contudo, foi reconhecido que o ganho com a implantação da Vitrine Virtual foi em posicionamento de marca, ressaltando a inovação como uma de suas principais características.

Os autores Rafael Campigli Navarro, Gilberto Julio Bara, Amanda Afonso Andrade e Tiago Cestari Manieri e Gilberto Perez, elaboraram um estudo sobre a percepção de valor dos consumidores com relação às inovações do setor automotivo. Aplicaram-se testes Mann-Whitney para análise das distribuições das médias das variáveis, cujos resultados indicaram que os consumidores do sexo feminino perceberam maior valor na prestação de serviços. Os respondentes com maior grau de instrução perceberam maior valor em desempenho e qualidade e os adquirentes de carros com preço superior perceberam maior valor na tecnologia e prestação de serviços.

O artigo orientado pela Professora Francisca Grostein, elaborado por Ana Paula Contesini Piccolo, Bianca Fillippi Guerra, Camila Zucca, Priscila Regina Jorge e Stephanie do

Nascimento Ribeiro trata da exportação de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos brasileiros, abordagem relacionada com o tema “internacionalização de empresas”. Os resultados mostraram que existem tanto grandes oportunidades de exportação de produtos HPPC para o mercado Árabe, quanto dificuldades que deixam o processo de exportar mais complicado. É válido entender que, depende em grande parte do tamanho do interesse da empresa em trabalhar no mercado citado, e da disponibilidade de recursos e capital que a empresa tem para conhecer melhor todos os aspectos envolvidos na exportação, e poder concluí-la de forma benéfica para a empresa.

A pesquisa exploratória qualitativa, que posteriormente foi complementada com o uso de um estudo de caso no âmbito da Inteligência de Marketing a serviço das tecnologias médicas, foi objeto do trabalho dos autores Giovanna Torniero, Letícia Lima Felix da Silva, Marco Aurélio Lopes, Núbia Nappi Coimbra e André Dimitrov Pina, sob a orientação do Professor Luciano Augusto Toledo, na empresa Siemens Healthcare, mostrando que a empresa entende que a compreensão das variáveis ambientais é fundamental. E, assim a inteligência de marketing, com suas características técnicas e operacionais, oferece o entendimento, interpretação e preparação para posteriores tomadas de decisões, naquela organização.

O trabalho elaborado por Bruna Grazielle Gomes, Isabelle Ançay, Nicolle Rubattino Ajouri Silvio Dalla Vecchia Marques buscou identificar se a expatriação contribui para o desenvolvimento das competências gerenciais do indivíduo. A pesquisa de campo mostrou que o processo de expatriação acelera o aprendizado e o desenvolvimento das competências gerenciais do indivíduo, acontecendo principalmente de forma informal, sem treinamentos estruturados ou formalizados. Os cinco expatriados entrevistados foram unânimes ao relatar que o processo de expatriação foi essencial para o desenvolvimento das competências gerenciais e para alavancar o crescimento de suas carreiras.

Sob a orientação da Professora Adriana Beatriz Madeira, o estudo realizado pelos alunos Amanda Vanecha Cecarello Venciguerra, Eduardo Araki Nagata, Jéssica Ingrid Maculan Corrêa, Márcia Maria de Barros Ferreira e Rafaela Araújo Arroyo, sobre como uma empresa internacionalizada, que se considera verde, lida com as estratégias do composto de marketing, permitiu perceber que a empresa buscou o mercado internacional para introduzir seus produtos, devido à insipiência do mercado de cosméticos orgânicos brasileiro.

Desejamos a todos uma ótima leitura!

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

***Revista Jovens Pesquisadores – Editores***

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