

## Apresentação

Caro Leitor,

Esta primeira edição de 2021, da Revista Jovens Pesquisadores, contém alguns dos melhores trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica, que versam sobre os seguintes assuntos: a criação de valor no segmento B2B, o impacto socioeconômico do microcrédito nos mercados, a criação de valor para os *stakeholders* de plataformas de autosserviço imobiliário, agronegócio no Brasil, hábitos alimentares do consumo de orgânicos, a influência dos programas de apoio a empresas sobre a inovação em negócios de impacto. Um resumo dos trabalhos é apresentado a seguir.

André de Castro Moura, Leonardo Giroto Garcia, Lucas Araujo Lima, Rafael Melaragno, orientados pela Professora Lilian Aparecida Pasquini Miguel, buscaram compreender como a empresa estudada, em um mercado altamente competitivo, conquistou seu *marketshare* atual, podendo assim otimizar seus processos trazendo um maior aproveitamento do potencial administrativo da organização. Os resultados apontam para relacionamento e qualidade em serviços como ponto chave do sucesso da organização.

O impacto socioeconômico do microcrédito nos mercados nacional e internacional foi a temática desenvolvida no trabalho elaborado por Lucas Basaglia Negrucci e Silvia Franco de Oliveira. No âmbito nacional, foram estudados programas no Distrito Federal, Pernambuco, Bahia, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Espírito Santo e São Paulo. No âmbito internacional, foram estudados programas em Portugal, Índia, Moçambique, Colômbia e Angola. Em linhas gerais, não se apresentam diferenças significativas nos impactos dos programas nacionais quando comparados aos internacionais. Nota-se grande participação do público feminino. Essa participação tem vários objetivos, destacando-se a emancipação feminina e a melhora de autoestima por chefiar e contribuir para o bem-estar familiar.

A criação de valor para os *stakeholders* do modelo de negócios de plataformas de autosserviço no ramo imobiliário foi o foco do trabalho desenvolvido por Fernanda Mayumi Holanda Miyoshi, Sara Pomilio Françoso, e Shu Harn Mei, orientadas pela Professora Lilian Aparecida Pasquini Miguel. Os resultados apontaram para o fato de que os modelos de plataformas imobiliários propõem a diminuição da burocracia e utilização de novas tecnologias para oferecer serviços mais assertivos para seus clientes e com isso acabam criando valor para eles. E na visão deles, os valores enxergados estão associados à facilidade e praticidade atendidas pelas empresas digitais que as quais tomam para si os trâmites administrativos.

Larissa Araújo, Lorraine Cruz Verçosa, Marcella Mornatti Araújo, E Nelson Roberto Furquim analisaram as consequências da transformação digital na sustentabilidade

ambiental, do agronegócio no Brasil. Os resultados mostraram que as inserções das tecnologias digitais no setor levam a consequências, majoritariamente positivas, devido ao acesso às informações que tornam possíveis tomadas de decisões e ações mais assertivas, impactando em um melhor controle da produtividade, minimizando as perdas e proporcionando uma utilização mais efetiva de insumos, levando ao crescimento da sustentabilidade ambiental do setor.

A pesquisa conduzida por Ana Carolina Santos Bomfim e Marta Fabiano Sambiasi, sobre hábitos alimentares e acessibilidade como fatores influenciadores do consumo de orgânicos, apontou que as principais intenções de compra de produtos orgânicos se dão ao incentivo de uma alimentação saudável e ao autocuidado, em segundo plano observa-se aspectos de consumo consciente e o sentimento de responsabilidade com o meio ambiente. Ao final, acredita-se que esta pesquisa contribuiu com novas proposições e perspectivas acerca do setor de alimentos orgânicos e a importante necessidade de novas formulações de padrões de consumo mais sustentáveis.

Marcio Roberto de Oliveira Filho, Marco Aurélio Gomes Monfato, Sofia Aguiar Oliveira, Victor Dabin Hwang, e Mauricio Henrique Benedetti pesquisaram a influência dos programas de apoio a empresas sobre a inovação em negócios de impacto. As análises deram ensejo à constatação de que se tratando de negócios de impacto a inovação incremental é predominante e é tratada como a principal estratégia de diferenciação competitiva adotada por essas organizações, que utilizam de todo o poder de uma startup escalável para alcançar os seus objetivos financeiros, contribuindo desta forma para a economia em benefício à sociedade. Para uma empresa passar pelo processo de apoio para se tornar um negócio de impacto social, ela deve ter em mente que os seus gestores necessitam de algumas habilidades técnicas e comportamentais mínimas exigidas, como noções básicas de conhecimento de mercado, mentalidade de crescimento, junto com a capacidade de superar problemas diante de situações adversas, construindo uma empresa sólida e inovadora em suas atividades.

Tenham todos uma ótima leitura!

**Lilian A. P. Miguel**

***Revista Jovens Pesquisadores – Editora***

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