

Editorial

Caros Leitores,

Esta primeira edição de 2023, da revista jovens pesquisadores, contém alguns dos melhores trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica, que versam sobre os seguintes assuntos: mudanças no consumo da geração Alpha com base na hiper conectividade; a influência dos gastos do governo no índice educação e do índice saúde e bem-estar na economia mundial; os efeitos da crise do leste europeu na exportação brasileira de milho e trigo; a influência na logística de transporte para a exportação de gado em pé da ética antiespecista; ações e barreiras de inovação para gerar oportunidade no mercado na distribuição de alimentos; e a potencialização de oportunidades de mercado por meio da gestão do *mix* de produtos.

Uma síntese de cada artigo é apresentada a seguir.

Os autores Antonio Gelpi, Débora Livrari, Jullie Santos, Lylua Jorouche e Sérgio Silva Dantas estudaram as mudanças no consumo da geração *Alpha* a partir da hiper conectividade. Os resultados do estudo indicam que as crianças passam um bom tempo sozinhas, assistindo ou jogando jogos nos dispositivos eletrônicos, mas que mesmo assim não deixam de gostar de atividades físicas, ao ar livre e em grupo. Tirar fotos e gravar vídeos é algo comum para as crianças, e algumas inclusive têm canal no *Youtube* ou conta no *Instagram* e publicam conteúdos audiovisuais. Observou-se que a mídia digital possui grande influência no desejo de compra das crianças, pois a tecnologia está muito presente no dia a dia delas.

A influência dos gastos do governo no índice *educação* e do índice *saúde e bem-estar* na economia mundial foi o objeto de estudo do artigo elaborado pelos autores Nicole Moreira de Almeida e Sílvia Franco de Oliveira. Os resultados indicam que a classificação econômica do país é a variável explicativa que mais influencia os índices, sendo essa relação positiva, ou

seja, quanto maior a classificação econômica de um país, maior o índice Educação e o índice Saúde e Bem-estar. À medida que os países desenvolvem a economia, ocorre um aumento da renda *per capita*, o país apresenta avanços tecnológicos e o governo aumenta sua capacidade fiscal. Esses fatores possibilitam o desenvolvimento da saúde e da educação.

Alice Ruza Marinho, Clara Braga Rufino, Nathália Nemeck de Souza e Adilson Caldeira estudaram os efeitos da crise do leste europeu na exportação brasileira de milho e trigo. A pesquisa trouxe evidências de como a crise no leste europeu pode afetar as exportações de milho e trigo no Brasil, podendo se tornar um dos *players* no momento para abastecer o mercado de *commodities* e a demanda atual.

A ética antiespecista e a sua influência na logística de transporte para a exportação de gado em pé foi a temática pesquisada por Aislany Rodrigues Sampaio, Emilly Oliveira Rodrigues Pereira, João Markus Estevão Lopes de Brito, Leticia de Almeida, orientados pelo Professor Givan Aparecido Fortuoso da Silva. Como resultados, a influência da ética antiespecista ocorre por meio da pressão exercida pelos órgãos de proteção dos animais sobre as empresas e sobre o Estado. A partir dos resultados concluiu-se que as melhorias das práticas de logística de transporte pautadas no bem-estar animal são imprescindíveis para a continuidade desse tipo de exportação no país.

Maria Clara Filippelli Duran e Marcos Antonio Franklin pesquisaram as ações e barreiras de inovação encontradas para gerar oportunidade no mercado na distribuição de alimentos. Os resultados revelaram que a empresa apresenta barreiras, mas também implementa ações de inovações nos processos produtivos, como por exemplo, a implantação de máquina no processo de produção de seus doces, gerando oportunidades no mercado de distribuição de alimentos. Além disso, investiram em marketing digital, aprimorando o site oficial da empresa e disponibilizando mais conteúdos nas suas redes sociais.

A potencialização de oportunidades de mercado por meio da gestão do mix de produtos foi o objeto de estudo de Luiza Leal de Lima Leme e Eduardo Neder Issa Junior, que constataram por meio da análise realizada, que a empresa pesquisada se utiliza das ações do mix de produtos relacionadas ao produto, mercado e marca. Além disso, identifica oportunidades de mercado por meio da maior proximidade e comunicação com o consumidor e vê oportunidades de inovar.

Tenham todos uma ótima leitura!

Lilian A. P. Miguel

Revista Jovens Pesquisadores - Editora

editor.jp@mackenzie.br