

Editorial

Caros Leitores,

Esta primeira edição de 2024, da revista jovens pesquisadores, contém alguns dos melhores trabalhos de conclusão de curso e iniciação científica, que versam sobre os seguintes assuntos: o impacto da pandemia do covid-19 no comportamento de compra dos torcedores nos programas de sócio torcedor dos clubes de futebol paulistanos, um estudo bibliométrico sobre os estilos de liderança de docentes universitários entre 2012 e 2022, novas tribos urbanas jovens e a cultura de consumo *hype*, impacto do índice *Dow Jones*, *commodities* e câmbio sobre o IBOVESPA, em uma análise do efeito contágio no período de 2011 a 2022, estratégias de inovação em lojas físicas e digitais de duas empresas familiares do segmento alimentício, e os efeitos da incorporação de princípios *ESG* na proposta de valor no modelo de negócios de *startups*.

Uma síntese de cada artigo é apresentada a seguir.

Os autores Carolina Carmona Simões Rodrigues, Guilherme Luís Pinheiro Pinho, João Pedro Mineiro Petelin, Thiago de Sá Zaniboni e Nelson Roberto Furquim versaram sobre os programas de fidelização de clubes de futebol, mais conhecidos como Sócios Torcedores, constituem uma das formas de gerar receitas para as equipes, além dos direitos de transmissões, compras de ingressos, materiais esportivos, entre outros. Este estudo tratou entender o comportamento dos Sócios Torcedores dos clubes paulistanos durante a pandemia da Covid-19. Foi utilizado para o embasamento teórico os aprofundamentos nos conceitos de comportamento do consumidor, *marketing* esportivo, programas de fidelidade e pandemia da Covid-19. Foi possível observar um alto índice de lealdade dos torcedores, mesmo com a suspensão da ida dos mesmos aos estádios por conta da pandemia da Covid-19. A partir das mudanças causadas pela pandemia, houve uma necessidade de adaptação na comunicação, no planejamento do *marketing* dos clubes e nos benefícios oferecidos aos sócios.

Um estudo bibliométrico sobre os estilos de liderança de docentes universitários entre 2012 e 2022 foi elaborado pelos autores Lucas Ryuji Miyoshi Watanabe, Luís Eduardo Goda, Maria Fernanda D'Andrea Marcolino e Jamille Barbosa Pereira, cujo objetivo geral foi desenvolver um estudo bibliométrico para identificar e analisar os estudos sobre os estilos de lideranças voltados para docentes universitários que atuaram no contexto educacional brasileiro entre 2012 e 2022. Foi realizada uma pesquisa bibliométrica nas bases de dados Capes e Scielo de artigos que contivessem o tema estilos de liderança de docentes nos títulos, nos resumos e nas palavras-chave dos periódicos existentes nestas plataformas. Os resultados mais relevantes revelaram que a abordagem baseada nos Estilos de Liderança Transacional, Transformacional e *Laissez Faire* foi a mais utilizada nas pesquisas já realizadas. Para além disto, percebeu-se que este tema vem sendo mais explorado em universidades públicas, especialmente as situadas nas regiões Sul e Sudeste do país, apesar da sua relevante contribuição para o contexto educacional privado. Espera-se que esse levantamento possa demonstrar o cenário da produção científica sobre os estilos de liderança dos docentes e proporcionar a reflexão sobre os possíveis cursos e limitações no contexto educacional e de pesquisas acadêmicas.

Ana Georgina, Liu Ge Giovanna Ribeiro Lopes, Isadora Marangoni Rodrigues, Laura Sabião Vitorino e Sérgio Silva Dantas elaboraram um estudo sobre novas tribos urbanas jovens e a cultura de consumo *hype*, que analisou o grupo da moda *hype* como tribo de consumo, sua relação com as marcas, as características dos produtos consumidos e os aspectos simbólicos relacionados a esse consumo. Os resultados da pesquisa apresentam, dentre outros aspectos, que os consumidores de moda *hype* são um grupo com comportamento peculiar no que tange às suas preferências quanto aos produtos de *streetwaer*, em especial os *sneakers*. Para consumidores *hype* os produtos devem apresentar características de exclusividade somados a elementos inusitados. Para tanto, as *colabs* (termo utilizado para definir parcerias) são estratégias frequentemente utilizadas pelas marcas de luxo *hype* que agregam valor aos produtos na percepção dos consumidores.

Os autores Thiago Callegari de Souza e Silva Franco de Oliveira estudaram o impacto do índice Dow Jones, commodities e câmbio sobre o IBOVESPA, numa análise no período de 2011 a 2022. O objetivo do trabalho foi avaliar a existência do efeito contágio do índice Dow Jones, dos preços das commodities e da taxa de câmbio sobre a trajetória do Ibovespa no período de 2011 a 2022. Os dados foram extraídos do terminal da Bloomberg e a metodologia adotada para análise foi a aplicação do modelo de Vetores

Autorregressivos (VAR) e o teste de co-integração de Johansen para verificar as relações entre as variáveis. A hipótese da pesquisa é que no curto prazo o retorno do Ibovespa seja afetado positivamente pelo preço das commodities e pelo Dow Jones, ocorrendo o efeito contágio, enquanto a taxa de câmbio é resultante do comportamento da bolsa de valores brasileira. Dessa maneira, espera-se que as principais variáveis responsáveis pelo desempenho das ações do mercado acionário brasileiro sejam os preços das commodities e o índice Dow Jones, porém sem relações de longo prazo.

As estratégias de inovação em lojas físicas e digitais de duas empresas familiares do segmento alimentício foi o tema pesquisado pelos autores Brenda Helen Silva Moreira, Catarina Carregosa Bandini, Raquel Naves Vieira Garcia e Marcos Antonio Franklin. O estudo teve como finalidade investigar duas empresas familiares, de pequeno porte do segmento alimentício com atuação em doces. As empresas familiares, no Brasil, representam cerca de 65% do Produto Interno Bruto (PIB), de acordo com o Sebrae (2021). As empresas estão situadas no centro de São Paulo capital. A intenção foi de explorar as estratégias aplicadas, examinando a estrutura empresarial de cada uma e realizar uma comparação de suas diferenças. No âmbito digital, o foco foi compreender os desafios enfrentados por essas empresas e as estratégias adotadas para superá-los. A metodologia utilizada foi de natureza exploratória, com a abordagem qualitativa empregando-se a técnica de entrevistas por meio do roteiro semiestruturado. Como resultado, destacou-se a relevância da inovação como parte integrante da estratégia empresarial, contribuindo para a criação de valor competitivo em ambas as empresas.

Lucas Giampietro Terra Saraiva Luiz Felipe Tavares Vecchia Pedro Costa Thomaz Da Silva Alexya Carvalho e Adilson Caldeira debruçaram-se sobre os efeitos da incorporação de princípios ESG na proposta de valor no modelo de negócios de *start-ups*. O estudo foi realizado com o objetivo geral de conhecer efeitos potenciais e efetivos gerados pela incorporação de princípios ESG na proposta de valor que integra o modelo de negócios de *startups*, segundo a visão de empreendedores e pessoas que atuam no mercado. A atenção que atualmente se atribui não somente à qualidade de governança, mas também ao meio ambiente e bem-estar coletivo, desafia as empresas a adotarem comportamento de gestão que valorize sua imagem diante as expectativas da sociedade. Elegeu-se um tipo em particular como alvo da pesquisa: as *startups*, que tipicamente possuem um grande potencial de inovação, ainda estão em fase inicial de operações e possuem um grande potencial de crescimento e desenvolvimento de negócios. Os resultados revelam que a adoção de princípios ESG é vista como geradora de impactos positivos, tais

como a atração de investimento, acesso a financiamento e maior valorização da imagem da empresa, por indicar a preocupação com questões relativas ao desenvolvimento sustentável. Entre os impactos menos favoráveis, destacam-se os limites determinados pelo compromisso com os princípios ESG nas decisões, sempre levando em conta os impactos de escolhas estratégicas nos âmbitos ambientais, sociais e de governança.

Tenham todos uma ótima leitura!

Lilian A. P. Miguel

Revista Jovens Pesquisadores - Editora

editor.jp@mackenzie.br