



Editorial – volume 7, número 1, 2018

¹Júlio Carneiro da Cunha

No ano de 2017, a PODIUM contou com quatro edições, sendo três tradicionais e um número especial. Foram publicados durante o ano 32 artigos. Ao longo de toda a trajetória da revista, esse foi o ano o qual tivemos mais artigos publicados. Contamos com três números tradicionais da revista e mais um número especial com os melhores artigos do SBS (*Sport Business Symposium*) 2017 que ocorreu em Tarragona, na Espanha. São iniciativas que não apenas trazem artigos de interesse para a revista, como também ampliam as potencialidades de internacionalização da PODIUM.

Esses trabalhos foram oriundos de 10 diferentes Estados brasileiros (mais o Distrito Federal) e de oito países de fora do Brasil (Chile, Cuba, Equador, Espanha, Estônia, Inglaterra, Irã e Paquistão). A partir desses dados, destaco aqui as iniciativas da revista em buscar artigos que possam representar diversidade de regiões do Brasil e também a recepção de artigos em inglês e espanhol de diversas partes do mundo. Isso é resultado da busca por maior internacionalização da PODIUM. Acreditamos que ter diversidade de conhecimentos, além de diferentes pensamentos e escolas de pesquisa, é uma maneira de estimular o avanço da área de Turismo, Lazer e Gestão do Esporte.

Gostaria ainda de dar os sinceros agradecimentos aos 81 pareceristas brasileiros e estrangeiros que trabalharam nas avaliações dos manuscritos submetidos à revista em 2017. É o trabalho voluntário deles que engrandece a PODIUM e, principalmente, as áreas do conhecimento que o periódico permeia (em especial, Gestão do Esporte, Lazer e Turismo). Nesse ano, inauguramos a iniciativa de destacar os cinco avaliadores que tiveram trabalho de destaque ao longo do ano. Para a escolha dos melhores pareceristas da revista em 2017, foi considerada a qualidade do parecer submetido e o atendimento ao prazo da revista. A quantidade de manuscritos revisados ao longo do ano foi considerada também um diferencial.

¹Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, (Brasil). Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Administração (Stricto-Sensu) da Universidade Nove de Julho – UNINOVE. Editor-Chefe da Revista Podium Sport, Leisure And Tourism Review. E-mail: juliocunha@yahoo.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1435-055X>

Dessa forma, os cinco parecerista de destaque foram André Francisco Alcântara Fagundes, Eliana Cunico, Evandro Luiz Lopes, Giuliana Isabella e Gustavo Tomaz de Almeida.

Dito isso, vale apresentar os artigos do primeiro número do volume sete da PODIUM contempla nove artigos. O primeiro artigo de autoria de Rosana Ferreira, Ana Claudia Saggin, Marcio Miura e Ivano Ribeiro, intitulado “O valor percebido pelo consumidor brasileiro de tênis para corrida de rua” verificou que os atributos funcionais de tênis para corredores de rua são mais valorizados que os atributos de prova social. O segundo artigo do número também envolve o universo das corridas de rua. Dessa vez, o foco foi de estudar o projeto para realização da Volta USP. Assim, o artigo intitulado “Mapeamento de stakeholders em projetos de eventos esportivos: estudo de caso” de autoria de Cacilda Amaral, Flávia Bastos e Marly Carvalho traz como contribuição que, diferentemente do que se espera das teorias tradicionais de saliência de stakeholders, para uma corrida de rua, o stakeholder mais importante não é o definitivo, mas sim aquele com o atributo de legitimidade mais preponderante.

O terceiro artigo de título “Assessorias esportivas em áreas públicas da cidade do Rio de Janeiro: perfil socioeconômico dos gestores e oportunidades empreendedoras” reforça ainda a importância das corridas de rua. Os autores Carlos Ribeiro, Silvio Telles, Eduardo Cavalcante e Henrique Delgado apontam que a assessoria esportiva mais desenvolvida na cidade do Rio de Janeiro era direcionada às corridas.

Os três primeiros artigos mostram a importância das corridas de rua para a Gestão do Esporte. Reforçam-se resultados obtidos anteriormente por outros estudos publicados na PODIUM, especialmente de que as corridas são uma oportunidade de negócios para empresas que quiserem se relacionar e incentivar o consumo de corredores (Carlassara, Parolini e Rocco Junior, 2016; Santos et al., 2017); e que elas requerem estratégias de planejamento e controle (Hayek, 2014). Isso mostra que é fundamental entendermos os fenômenos do esporte no Brasil muito além dos acontecimentos dentro do futebol, abrangendo diversos esportes, especialmente aqueles de destaque para a gestão e os negócios no país.

Na área de Marketing Esportivo, o artigo “Descrição de um caso envolvendo marketing de experiência através de patrocínio esportivo no segmento B2B” de Paula Yamamoto, Maria Luiza Cordova e Leandro Mazzei mostra que com relacionamento entre empresas e profissionalismo é possível que o marketing de experiência realizado por meio de patrocínio esportivo pode influenciar positivamente a decisão de compra em um contexto B2B.

Os próximos dois artigos estão ligados à área da Estratégia aplicada em organizações turismo ou esportivas. Dessa forma, o quinto artigo desse número traz a pesquisa “Alinhamento

entre planejamento estratégico e sistema de informação gerencial: estudo em empresas do terceiro setor com atividade hoteleira” de Leonardo Lugoboni, Eliete Alencar, Marcus Zittei e Amanda Russo. Nesse estudo, os autores reafirmam a importância do alinhamento estratégico entre o planejamento estratégico e os sistemas de informações para que organizações do terceiro setor possam ter uma gestão superior. O sexto artigo é de autoria de Jonas de Lima, Jaisson Bordignon, Ederlei Zago e Luiz Eduardo Bondan com o título “Estratégias e tendências gerenciais na gestão de academias: o perfil dos coordenadores e das academias em Videira”. Nele, os autores complementam os resultados do estudo anterior, de forma que se verifica haver a necessidade de foco em estratégias e ações direcionadas aos clientes. Ou seja, em ambos os trabalhos, constata-se a importância em se ter uma estratégia organizacional bem definida com a perspectiva interna e externa da organização. Isto é, uma estratégia a partir da qual as organizações possam se orientar, seja no intuito interno de servir para maior coordenação das atividades ou no âmbito externo em ações voltadas à compreensão de necessidades do mercado.

O sétimo artigo do número é de Clemente Matsinhe e Pedro Pessula, intitulado “Clima docente na percepção dos discentes do curso de Educação Física da Universidade Pedagógica: um aspecto chave na melhoria da qualidade de formação profissional”. Esse estudo teve como resultado a verificação de que discentes podem identificar problemas relacionados ao clima docente em cursos de Educação Física, o que é importante para se considerar como dimensão relevante para a análise do trabalho desses cursos.

O artigo seguinte, o oitavo desse número, é intitulado “Além das quatro linhas: uma perspectiva financeira dos clubes desportivos do Estado do Rio de Janeiro”. Nesse trabalho, os autores Renato Mendes e Everlam Montibeler alertam para pontos de cuidados aos clubes do Rio de Janeiro (Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco). Os autores identificaram que há baixa liquidez e altas dívidas dos clubes cariocas, havendo inclusive destruição de valor para alguns deles. Reforça-se a importância em se trabalhar com indicadores financeiros para a gestão dos clubes de futebol.

O nono e último artigo desse número também se relaciona aos estudos sobre o futebol. É um trabalho de Marcio Bezerra e Thiago Gramacho, com o título “Estatísticas da copa libertadores da América 2017: uma análise da correlação de scouts dos jogos da fase final”. Nele, os autores confirmam que em campeonatos de futebol tipicamente disputados no modelo mata-mata têm o fator casa como essencial para a vantagem dos clubes que o disputam.

Por fim, coloco também meus agradecimentos à equipe editorial da revista Diego dos Santos Janes e Altieres de Oliveira Silva. Agradeço o apoio do diretor do Programa de Pós-

Graduação em Administração da UNINOVE Emerson Maccari para as atividades da revista e Patricia Miranda Guimarães, gerente de bibliotecas da UNINOVE.

Para o ano de 2018, esperamos que a PODIUM possa se fortalecer nos três eixos de desenvolvimento que ela se propõe: internacionalização, profissionalização (especialmente no que tange à transparência e governança da revista) e sustentabilidade financeira. Nossas próximas iniciativas se focam em buscar mais exposição da revista no cenário nacional e internacional, tal como a participação de mais autores e revisores de instituições brasileiras e estrangeiras na revista. Além disso, estamos trabalhando para buscar maneiras de se formalizar os processos da revista e de se manter sustentável e manter a revista dentro dos padrões de qualidade que se estipularam desde sua inauguração.

Boa leitura a todos!

Cordialmente.

REFERÊNCIAS

Carlassara, E. O. C., Parolini, P. L. L. & Rocco Junior, A. J. (2016). Análise do comportamento do consumidor esportivo em relação à memória e preferência de marca: um estudo de caso da maratona de São Paulo. *PODIUM*, 5(2), 137-147.

Hayek, F. B. A. (2014). Gestão do trânsito para atividades esportivas na via – corridas de rua na cidade de São Paulo. *PODIUM*, 3(3), 45-56.

Santos, L. S., Freire, O. B. L., Quevedo-Silva, F. & Lourenço, M. (2017). Escalas concorrentes para mensuração do envolvimento: um estudo com corredores de rua. *PODIUM*, 6(4), 466-487.