

## EDITORIAL

Deosir Flávio Lobo de Castro Júnior, Dr.  
Editor

1

No segundo volume de 2021, a **Revista Eletrônica Ciências da Administração e de Turismo (ReCAT)**, proporciona à comunidade científica, acadêmica e profissional, artigos relacionados as temáticas: Gestão de estoques, Terceiro setor, Matéria prima, Marketing esportivo, Associação Chapecoense de Futebol, Programa Sócio-Torcedor, Empreendedorismo, Microempreendedor Individual, Contabilidade, Bibliometria, Mapeamento Científico, Gastronomia, Hospitalidade, Competitividade, Governança; Regionalização; Políticas Públicas; Turismo.

No artigo inicial, **JOANA DARK SOARES CAIRES, SHELDON WILLIAM SILVA, ANDRÉ GERALDO DA COSTA COELHO, JOÃO FRANCISCO SARNO CARVALHO e KENNYA DE LIMA RIBEIRO**, destacam as organizações do terceiro setor (OTS) têm exercido um papel importante no desenvolvimento econômico e social do país. As organizações do terceiro setor também necessitam de planejamento e gestão eficientes. Desta forma, emerge o seguinte questionamento: como uma organização do terceiro setor gerencia seus estoques? Com o objetivo averiguar o emprego da gestão de estoques em uma organização do terceiro setor e sua pesquisa pode ser considerada de natureza básica, de abordagem qualitativa, descritiva e exploratória. A organização estudada foi a Ação Social Santo Antônio, localizada na cidade de Araçuaí – Minas Gerais, que presta serviço de acolhimento a idosos, e que para ajudar na manutenção da entidade, produz doces e polpas. A matéria-prima é basicamente proveniente dos pomares existentes nas dependências da organização e de doações da comunidade. Verificou-se que as funcionárias responsáveis pelos estoques não têm conhecimento científico sobre controle de estoques. Constatou-se também que a organização não utiliza técnicas de controle de estoque, tornando-se necessária a implantação dessas ferramentas de gestão.

Na sequência, o segundo artigo de **MARCO OCKE, TATIANA GOEDERT, e JOICE AMORIM**, apresentam a construção de um relacionamento entre os clubes de futebol e seus torcedores. Neste cenário, este artigo tem como objetivo analisar a gestão do programa sócio-torcedor (ST) da Associação Chapecoense de Futebol identificando seus diferentes planos e modalidades, canais de relacionamento e ações orientadas aos torcedores-consumidores. Para o estudo de caso, os dados secundários foram coletados por meio de análise documental e dados primários por meio de observação não participante, assim como de entrevistas com gestores e colaboradores do Clube. Resultados indicam que o atual programa Sócio-Torcedor da Associação Chapecoense de Futebol está alinhado aos atuais preceitos do marketing aplicado a clubes de futebol, sendo capaz de entregar valor aos associados ao mesmo tempo em que traz uma série de vantagens ao Clube. A partir dos resultados também consideram a necessidade de aprimoramento do programa e o desenvolvimento de formatos diversificados que possam contribuir não apenas com a gestão do Clube, mas também com o modelo de administração contemporânea de entidades esportivas.

Na terceira pesquisa, desenvolvida por **TAMIRIS CRISTINA INÁCIO DE AQUINO, GEISON CALYO VARELA DE MELO, ÍTALO CARLOS SOARES DO NASCIMENTO, e SÉRGIO LUIZ PEDROSA SILVA** desenvolveram uma investigação científica com o objetivo de verificar se a contabilidade é uma ferramenta utilizada como tomada de decisão para o MEI na cidade de Mossoró/RN. Sua pesquisa desenvolve um estudo do tipo descritivo, de natureza quantitativa e por meio de um levantamento *survey*, com uma amostra de 82 microempreendedores da cidade de Mossoró/RN. Para a coleta de dados, utilizaram um questionário com perguntas fechadas, aplicado de forma presencial no SEBRAE e nas empresas dos microempreendedores individuais formalizados do município de Mossoró-RN. Os resultados apontam que muitos empresários, apesar de conhecerem e considerarem a relevância da contabilidade para os negócios, não utilizam a contabilidade como principal ferramenta para tomada de decisão, enfrentam dificuldades em seus empreendimentos e recorrem a assessorias, a exemplo do SEBRAE e a auxílios, como capital de giro, auxílio financeiro e as assessorias financeiras e contábeis, e por fim, também foi evidenciada a pretensão dos empresários em permanecerem no MEI ou também atingirem outras categorias empresariais.

No quarto artigo, de autoria de **ANA CLÁUDIA GUIMARÃES ANTUNES, RAFAEL LIMA MORANDI, e ZENIR APARECIDA DALLA COSTA DE MELO FERREIRA** objetivou levantar informações a partir do estudo dos periódicos citados, produtivos e influentes e dos autores atuantes nas áreas de gastronomia, hospitalidade, competitividade, serviços e *stakeholders*. Verificaram que o número de publicações em periódicos focados nessas áreas aumentou exponencialmente nos últimos 5 anos. Este estudo examina as contribuições acadêmicas nessas áreas utilizando uma abordagem bibliométrica. Utilizaram-se de mapeamento científico para identificação de autores e palavras-chave. Obtém-se auxílio aos pesquisadores, ao identificar os periódicos com potencial para desenvolver e compartilhar pesquisas, bem como quais temáticas ainda não foram estudadas e quais tem potencial para serem aprofundadas.

No encerrando deste volume, o artigo de **ANDRÉ LUIZ CARVALHO**, pesquisou a Governança do turismo no Brasil sob o prisma acadêmico, a partir das decorrências das políticas estabelecidas pelo Ministério do Turismo. O presente artigo aborda o papel desempenhado por um parceiro institucional de natureza privada, por meio de uma pesquisa participativa no projeto *Turismo Catarinense em Movimento*, idealizado e executado pelo Senac SC e pela Fecomércio SC. É possível perceber que as relações são intensificadas pela liderança e articulação de um ator privado, em complemento a políticas públicas, na medida em que sua representatividade viabiliza priorizar e propor ações aos atores regionais. Identificou-se os entendimentos da importância da iniciativa privada nas estruturas de governança, e as articulações em parcerias público-privadas.

***Aproveitem a leitura!***