

EDITORIAL

Deosir Flávio Lobo de Castro Júnior, Dr.
Editor Chefe

1

No primeiro volume de 2022, a **Revista Eletrônica Ciências da Administração e de Turismo (ReCAT)**, proporciona à comunidade científica, acadêmica e profissional, artigos relacionados as temáticas: metodologias de ensino, ensino-aprendizagem, ensino no turismo, Estratégia do Oceano Azul, Modelo de Quatro Ações, Proposição de valor, Qualidade em serviços. SERVQUAL, Academia, Orçamento, Vendas a Prazo, Orçamento Empresarial, Planejamento Estratégico, Tomada de Decisão, Cash & Carry; Canais; Distribuição; Atacarejo.

Iniciando com o artigo de **ADSON DE LIMA CLAUDINO, JOSÉ MATEUS SILVA DE ARAÚJO, e ISLAINE CRISTIANE** abordam as metodologias de ensino e técnicas adotadas por docentes para tornar o processo de ensino mais didático, e dinamizar a aprendizagem, estimulando a participação dos discentes na construção do conhecimento. Com o objetivo de identificar quais são as estratégias de ensino presentes nos trabalhos no Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR) de 2017 a 2020. O estudo bibliográfico e qualitativo com tipologia descritivo-exploratória. A coleta de dados com um recorte dos estudos publicados nos anais dos eventos da ANPTUR entre 2017 e 2020, foram coletados 942 trabalhos publicados, destes 26 foram analisados, porém 14 estudos foram validados para essa pesquisa, empregando-se a análise de conteúdo. Os resultados estão relacionados à metodologia de ensino de: hospitalidade, trabalho, hotelaria, ensino remoto e formação. Concluem os autores que existe uma influência significativa do lúdico e da didática como ferramentas de aprendizagem, contribuindo para o bom resultado cognitivo dos alunos.

Na sequência, o segundo artigo de **ÁLVARO LEONEL DE OLIVEIRA CASTRO, DANIEL CARVALHO DE REZENDE, LUIZ MARCELO ANTONIALLI, e MÔNICA CARVALHO ALVES CAPELLE**, com o objetivo de identificar a perspectiva da estratégia do oceano azul, a percepção da proposta de valor das várias atrações do Rock in Rio, pela visão do seu público. A partir do questionário foram coletadas 517 respostas. Os respondentes pertenciam ao grupo do i) heavy metal e hard rock, ii) pop ou iii) rock e suas derivações. A matriz de avaliação de valor foi construída por meio da técnica de comparação de médias One Way ANOVA, assim como do teste do Qui-quadrado. Foram realizadas 15 entrevistas, onde se discutiu os resultados obtidos na etapa quantitativa. Concluem os autores que o Palco Mundo e Palco Sunset são as principais atrações que levam o público ao festival, e, sendo os melhores avaliados. Já as Ruas Temáticas, Rock District e Gourmet Square são atrações que criam envolvimento com o público, dentre outras conclusões.

Na terceira investigação, desenvolvida por **PAULO RICARDO FERNANDES DE LIMA, ANDREW LUIZ RODRIGUES BEZERRA, e LUCAS AMBRÓSIO BEZERRA DE OLIVEIRA**, objetivaram avaliar a qualidade do serviço prestado por uma academia de ginástica e musculação, localizada no interior do Rio Grande do Norte. Os autores optaram pela utilização da escala SERVQUAL, adaptando o questionário à realidade do objeto de pesquisa. A partir do

Gap entre as expectativas e percepções dos clientes, foram coletada uma amostra de 91 participantes da pesquisa, que apresentaram suas avaliações sobre as cinco dimensões da qualidade em serviços: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia. A diferença entre as percepções e as expectativas (gap) foi usada como avaliador e parâmetro de medição. Por suas características, a pesquisa classifica-se como aplicada, descritiva, qualitativa e estudo de caso. Na tabulação dos dados, foram usados o teste de Alfa de Cronbach, com o suporte dos softwares SPSS e Excel, versão 2016. Segundo os resultados apresentados, os clientes se encontram insatisfeitos com o serviço ofertado. Os itens do serviço foram escalonados em ordem de urgência. Por fim, os autores apresentam um plano de ação, proposto para abrandar os problemas destacados.

No quarto artigo, de autoria de **JONAS FERNANDO PETRY, ERIK GARCIA MARTINS SABRINA ARCANJO SEBASTIÃO, ANTONIO GIOVANNI FIGLIUOLO UCHOA, Dr. SENDRYO NAEL ARAÚJO DO NASCIMENTO**, buscaram mensurar o desempenho de empresas, no contexto de tríplice fronteira, e distante dos principais centros de negócio do Estado. A partir do prisma teórico, buscaram os autores, fornecer a caracterização do estado da arte em relação ao problema investigado, de estratégias competitivas e o desempenho. A metodologia aplicada foi da regressão múltipla, com os resultados apurados, verificaram que as estratégias competitivas apresentam uma relação com o desempenho, contudo, os fatores que compõem as variáveis tais como gestão estratégica, orçamento e controle contábil apresentaram resultados ambíguos.

Encerrando este volume, o artigo de **CLAUDIA ROSA ACEVEDO, ALINE KONO DA SILVA, GUILHERME ROCHA DOS REIS, JONATHAN DE ABREU RODRIGUES, e BRUNO ALVES CATÃO**, que investigaram o 'Atacarejo' – canais de venda que combinam condições de atacado e varejo voltados a atender tanto à pessoa física quanto à jurídica – canal este com uma penetração de aproximadamente 60% dos lares brasileiros, destacando o crescimento econômico da década passada. Objetivo investigar, por meio do método da análise de conteúdo, e o suporte da análise fatorial, e análise de regressão, somam 21 entrevistas, quais os fatores que influenciam o nível satisfação, confiança e lealdade dos consumidores deste canal. Os resultados demonstram que os fatores antecedentes (sortimento, qualidade, estrutura, preço e atendimento) se relacionam positivamente com a satisfação do consumidor no canal Cash & Carry. Concluem os autores que mesmo o desapontamento com a qualidade de um produto não é suficiente para abalar a lealdade do cliente do Atacarejo.

Aproveitem a leitura!