



Editorial v. 4, n. 3

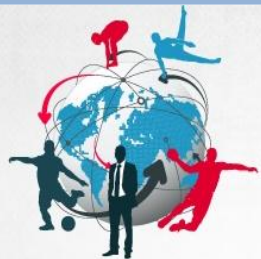
PODIUM SPORT, LEISURE AND TOURISM REVIEW E- ISSN: 2316-932X

O ano de 2015 foi marcado por avanços e mudanças na *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*. Numa retrospectiva dos indicadores da revista ao longo do ano, tivemos 23 artigos publicados em três edições. Houve 67 autores que representaram 21 instituições de ensino do país, além de outras duas universidades estrangeiras. Pudemos contar também com diversos avaliadores *ad hoc* que atuaram com pareceres aos trabalhos submetidos à revista ao longo deste ano. Aproveito a oportunidade para agradecer mais uma vez o trabalho voluntário desses pareceristas que ajudam a incrementar a qualidade dos trabalhos da revista, o que sustenta o avanço das áreas de Gestão do Esporte, Lazer e Turismo com um conhecimento cada vez mais robusto.

A partir de outubro de 2015 a revista *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review* contou com mudanças da sua equipe editorial. Assumi a chefia editorial da revista juntamente com o suporte do Diego Janes, novo assistente editorial da revista. Trabalhamos juntos com o assistente editorial Altieres de Oliveira Silva que continua a apoiar a Podium. Aproveito a oportunidade para agradecer ao prof. João Manuel Casquinha Malaia Santos pelos serviços prestados até aqui como editor-chefe da revista e também à Camila de Oliveira Prado pelo apoio oferecido como assistente editorial nesse mesmo período. Os trabalhos prestados por eles devem ser enaltecidos porque foram, sem dúvida, fundamentais para a estruturação da revista e pela legitimação dela perante a comunidade acadêmica.

Diante desses novos desafios, apresento os sete trabalhos publicados nesse último número de 2015 da Podium. O primeiro artigo leva o título de “*O papel do envolvimento e do orgulho nas decisões de consumo de pacotes de preços: um estudo com ingressos de futebol no Brasil*” e tem como autoria Claudio Hoffmann Sampaio, Jefferson Dobner Sordi e Marcelo Gattermann Perin. Neste estudo, os autores identificaram o quanto os pacotes de preço e o orgulho em relação ao time influenciam na decisão de consumir ingressos de jogos de futebol no Brasil. Os pesquisadores demonstraram ainda que quanto maior o envolvimento do torcedor, maior seria a probabilidade de compra do ingresso, mostrando assim o efeito moderador positivo do envolvimento do indivíduo com o clube nessa relação compra-consumo do ingresso de futebol.

O segundo manuscrito intitulado “*Análise das causas da insatisfação e do abandono pelos clientes de academias de ginástica*” é de autoria de Alexander Georg Leite Oelze, José Marcos Carvalho de Mesquita e Alexandre Teixeira Dias. Nesse trabalho, os autores identificaram as causas de insatisfação e abandono dos clientes de academias de ginástica. Ainda na linha do Marketing Esportivo, o terceiro artigo aborda a temática dos patrocínios pelos autores Fabricia Durieux Zucco, Leonel Cezar Rodrigues, Nilva



Kock e Valéria Riscarolli. O artigo com o título “*Patrocínio esportivo: perspectivas do envolvimento, identificação e prestígio entre fãs e equipes*” construiu e testou empiricamente um modelo para explicar os fatores que influenciam a percepção dos fãs do esporte em relação ao patrocínio, o que trouxe consequentemente diretrizes para se desenvolver um novo patrocínio no esporte.

Os artigos seguintes se sustentaram em revisões de literatura para propor discussões que estivessem alinhadas com temáticas contemporâneas no universo da Gestão do Esporte. Assim sendo, o quarto artigo dessa edição discute os legados dos megaeventos esportivos. Por meio do manuscrito intitulado “*Megaeventos esportivos: uma reflexão sobre os legados da UEFA Eurocopa*”, os autores Fillipe Soares Romano, Roberto Paolo Vico, Amanda Cabral da Silva e Ricardo Ricci Uvinha abordaram um megaevento europeu de frequência anual para identificar nos estudos anteriores sobre ele um possível rol de legados. Os pesquisadores identificaram que as discussões giram em torno de aspectos turísticos, econômicos e sociais, além de terem verificado que raramente se discutem os efeitos negativos de um megaevento e que seria interessante abordar a temática dos legados do ponto de vista longitudinal, elementos esses que orientam para oportunidades de novos estudos nessa temática. O trabalho de Diego César Terra de Andrade e Heidy Rodrigues Ramos intitulado “*Futebol paixão ou negócios? Uma análise da produção científica mundial*” também conduz uma análise sobre produções científicas internacionais prévias. Os autores identificaram que os estudos entre 2009 a 2013 abordando o futebol foram realizados mais dentro de temáticas relacionadas às Ciências Sociais puras que na área de Administração em si. Ainda que fique evidente a existência de uma intersecção de temáticas em algumas publicações, a área denominada como Ciências Sociais publicou mais de cinco vezes mais artigos que a área de negócios.

O atual número traz também dois trabalhos que foram realizados com base em dados secundários publicados pelos relatórios contábeis do Sport Club Corinthians Paulista, o vencedor do Campeonato Brasileiro de futebol em 2015. O artigo de Adriano dos Reis Lucente e Pedro Ernesto Ruiz Bressan, intitulado “*Análise de índices financeiros: estudo de caso do Sport Club Corinthians Paulista no período de 2008 a 2013*” faz uma análise dos indicadores financeiros do clube desde 2008, quando o clube jogou a série B do campeonato brasileiro e passando pelos reflexos do ano de 2012, quando o Corinthians se sagrou campeão mundial pela FIFA. Outro artigo relacionado ao clube paulista é de autoria de Roberta Ferreira Brondani e José Carlos Marques, intitulado “*Transparência ou estratégia de marketing: uma análise dos relatórios de sustentabilidade de 2012 e 2013 publicados pelo Corinthians*”. Nesse estudo, os autores trazem uma análise dos relatórios de sustentabilidade do clube comparando os relatórios do momento pós conquista do campeonato mundial em comparação com o ano de 2013, marcado por eventos trágicos que precisaram ser trabalhados nos relatórios sociais do clube. Esses estudos representam a importância em se contar com transparência e dados secundários confiáveis para que se possam conduzir análises mais profundas dos clubes de futebol no Brasil.



Por fim, agradeço ao diretor do Programa de Pós-Graduação em Administração, Emerson Maccari e ao diretor do Programa de Mestrado Profissional em Administração – Gestão do Esporte, Benny Kramer Costa, ambos da Universidade Nove de Julho, pelo costumeiro apoio nessa empreitada. Agradeço também ao analista editorial Altieres de Oliveira Silva e ao assistente editorial Diego Janes pelo trabalho em prol da Podium, o que vem permitindo que todo trâmite editorial esteja sendo realizado com sucesso.

Aproveito para oferecer aos leitores e autores da Podium as melhores estimas para o ano de 2016. Nós, da equipe editorial, esperamos que todos tenham um 2016 repleto de vitórias e conquistas!

Boa leitura a todos!

Julio Carneiro da Cunha

Editor da *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*