

EDITORIAL

Caros leitores,

Apresentamos o vigésimo segundo volume da Revista Alcance na sua 3ª edição de 2015, contendo sete artigos teórico-empíricos e um caso para ensino. Entre os artigos selecionados, apresentamos três pesquisas realizadas na área têxtil; e quatro pesquisas na área educacional. Na estratégia editorial, regularmente procuramos apresentar um caso de ensino que nesta edição aborda estratégias de serviços.

Entre os estudos cujo campo empírico envolve o setor têxtil estão os 3 próximos artigos. O primeiro, denominado **ESTRATÉGIAS DE COOPERAÇÃO PARA A COMPETITIVIDADE NO SETOR TÊXTIL BRASILEIRO**, foi escrito por Adilson Caldeira, Diego Henrique Vieira Durão, Fernanda Rossi Pizzol, Henrique Rossi Pizzol e Davi Wiesel Brasil, e seu propósito foi investigar possíveis contribuições que a cooperação pode proporcionar a competitividade das empresas do setor têxtil na internacionalização de negócios.

O segundo artigo – **INFLUÊNCIA DA ESTRATÉGIA E A CAPACIDADE DE EXECUTÁ-LA NO DESEMPENHO EMPRESARIAL DO SEGMENTO DE CONFECÇÕES**, elaborado por Rômulo Bernadino Lopes da Costa, Paulo César de Souza Batista e Fátima Evaneide Barbosa de Almeida, identificou a estratégia aplicada nesse segmento industrial, que vem sendo confrontado – com ampla desvantagem para as empresas brasileiras – com a competitividade das empresas asiáticas, sobretudo chinesas, na competição de baixo custo.

O terceiro artigo – **VANTAGEM COMPETITIVA BASEADA EM OPERAÇÕES EM EMPRESAS DE SETORES TRADICIONAIS DA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO**, escrito por Fernando Luiz Emerenciano Viana, Roger Augusto Luna e Raiza Maria de Oliveira Teles, apresenta achados de pesquisa, nos quais as empresas investigadas possuem fontes complementares de obtenção de vantagem competitiva, destacando-se o relacionamento com os fornecedores, a capacidade de inovação e a escala de produção.

A seguir, apresentamos quatro artigos relacionados com a educação. O quarto artigo – **THE INSTITUTIONALIZATION PROCESS OF THE SUPPORT PROGRAM TO EXCHANGE STUDENTS FROM THE FEDERAL UNIVERSITY OF CEARÁ**, de autoria de Ítalo Cavalcante Aguiar, Bruno de Souza Lessa, Pedro Barros Leal Pinheiro Marino, Danielle Soares Gonçalves Braga, Augusto Cesar de Aquino Cabral e Sandra Maria dos Santos, visa contribuir teoricamente ao destacar a relevância do apoio a estudantes universitários estrangeiros, bem como a importância de sua institucionalização, permitindo replicação de iniciativas semelhantes em outras universidades.

O quinto artigo – **O GRANDE DESAFIO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: As práticas pedagógicas criativas são capazes de estimular a inovação nos discentes?**, cujos autores são Alessandra Cassol, Renata Canela, Roberto Lima Ruas, Flavio Bizzarias, Jussara Goulart Da Silva, teve como propósito analisar o papel da inovação no ensino superior por meio de práticas docentes criativas.

O sexto artigo – **AValiação das Expectativas Relacionadas aos Serviços de uma Instituição de Ensino Superior Segundo o Modelo SERVQUAL**, escrito por Nayra de Oliveira Duarte, Fabrícia Souza Oliveira, Mário Anderson Librelon Pires, Frederico Marques Andrade e Pablo Perón de Paula, apresentou as dimensões relacionadas à expectativa dos discentes frente à qualidade dos serviços prestados pelo Programa de Pós-Graduação *lato sensu* de uma Instituição de Ensino Superior (IES) particular.

O sétimo artigo – **AÇÕES EM MARKETING SOCIAL DO PONTO DE VISTA DA LÓGICA DOMINADA PELO SERVIÇO: o caso do programa “O Jovem e a Mobilidade”**, cujos autores são Agnaldo Keiti Higuchi, Natalina Alice Couto Dimeira, Reginaldo Moraes de Macedo e Ricardo Teixeira Veiga, analisou o programa social “O Jovem e a Mobilidade”, mostrando que intuitivamente a coordenação do programa adota a premissa da Lógica Dominada pelo Serviço atribuída à participação do aluno na coprodução das atividades do programa.

Quanto ao Caso de Ensino – **IMITAR? DIFERENCIAR? CONTINUAR IGUAL? ESTRATÉGIAS DA ACADEMIA EDU’S PARA LIDAR COM A NOVA CONCORRENTE**, de autoria de Alfredo Ribeiro Cárdenas,

Everton Luís Pellizzaro de Lorenzi Cancellier e Simone Ghisi Feuerschütte, aborda diferentes estratégias de serviços para se posicionar frente à nova concorrência.

Desejamos que esta edição contribua com a pesquisa em administração de setores específicos.

Cláudio Reis Gonçalo

Editor