

EDITORIAL

Caros leitores da RACE, é com satisfação que apresentamos o Editorial da primeira edição de 2020. A Revista de Administração, Contabilidade e Economia (RACE), de publicação eletrônica quadrimestral, sendo esta edição de janeiro a abril, v. 19, n. 1, sob responsabilidade de professores do Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina.

A equipe da RACE deseja que todos estejam bem durante esses tempos de crise em razão do COVID-19. Saiba que valorizamos e apreciamos você como leitor, autor ou revisor da RACE e o desejamos, bem como a seus familiares e amigos, paciência e resiliência para enfrentar esse período turbulento.

Na última década, a RACE tem realizado esforços para aprimorar e consolidar o seu espaço como um periódico com mais conteúdo e relevância. Esse movimento não seria possível sem os autores, a quem agradecemos por selecionarem a RACE como canal de divulgação das suas pesquisas. Agradecemos em especial aos nossos revisores, não apenas pela dedicação, mas pela qualidade das revisões, cujos critérios técnicos e apontamentos são evidenciados, mesmo quando os artigos não são aceitos para publicação.

O nosso agradecimento especial também é dedicado para toda a equipe do setor editorial pela excelente ajuda e esforço para aprimoramento. Agradecemos ao apoio da Direção da Unoesc, por intermédio do Prof. Dr. Fábio Lazzarotti, Pró-reitor de Pesquisa, Pós-graduação e Extensão, que nos tem apoiado de forma incondicional.

A primeira edição de 2020 é composta por oito artigos originais. O primeiro artigo, *Entrepreneurial orientation and cost practice in the brazilian South hotel chain* tem como autores Suzete Antonieta Lizote, Sayonara Fátima Teston, Patrick Zawadzki e Sandeep Kumar Gupta. O estudo objetivou avaliar a relação entre orientação empreendedora e prática de custos em hotéis de 16 cidades do Sul do Brasil. Os resultados evidenciaram que os hotéis que adotam o método de custeio baseado em atividades e formam o preço considerando os valores de mercado são os que possuem respectivamente maior orientação empreendedora. Entre as implicações práticas, os resultados podem auxiliar na tomada de decisões de gestão no setor hoteleiro.

O segundo artigo *Value Relevance of R&D expenses in capital market: A study of brazilian IT Sector companies* é dos autores Ronan Reis Marçal e Leonardo Flach. O estudo objetivou verificar a relevância das despesas de P&D para empresas do Setor de TI listadas na B3 entre 2010 e 2018. Os resultados revelam que as despesas de P&D explicam a variação dos preços das ações, como esperado. O sinal positivo indica que os investimentos nesses

intangíveis aumentam o valor de mercado das empresas de TI, no entanto, há limites para esses benefícios.

No terceiro artigo desta edição, *As finalidades do orçamento na influência do isomorfismo institucional na autorrejeição*, os autores Igor Pereira da Luz e Carlos Eduardo Facín Lavarda examinaram a influência do isomorfismo institucional na autorrejeição ao orçamento, mediada pelas finalidades do artefato. A população foram os gerentes das empresas do setor farmacêutico vinculadas ao Guia da Farmácia, e a amostra consistiu em 147 respostas válidas. Como contribuições, o estudo revela indícios de que os fatores de isomorfismo levam a uma melhor utilização das finalidades do orçamento, levam também a uma rejeição do artefato, que pode estar ligada a fatores de multiplicidade e restrição.

No quarto artigo, os autores Admir Renan Voltolini Gomes, Rafael Maximiano Ferreira, Samuel Lyncon Leandro de Lima e Silvana Anita Walter abordam a *Satisfação dos acadêmicos de Ciências Contábeis: Um estudo com equações estruturais*. O estudo contou com 368 respondentes, acadêmicos dos Cursos de Ciências Contábeis da região Oeste do Paraná. Os achados evidenciaram a importância de uma percepção elevada sobre a Qualidade do ensino/Desempenho do Curso, na medida em que impacta significativamente na Satisfação geral do acadêmico.

Avaliação do nível de sustentabilidade das indústrias de pequeno porte de microrregião do Sul de Santa Catarina é dos autores Rodney Wernke e Ivone Junges e integra o quinto artigo desta edição. Os resultados chamam a atenção para evidenciar que a dimensão ambiental é a que menos tem prioridade na concepção dos gestores fabris participantes do estudo, seguida da dimensão econômica. Outrossim, a dimensão social é aquela na qual o melhor desempenho foi constatado, visto que um maior número de indicadores apresentou percentuais elevados de utilização das práticas de sustentabilidade.

O sexto artigo *Percepções de estudantes e egressos do Ensino Médio Sobre o Curso de Ciências Contábeis: Uma análise sob a ótica dos estereótipos da profissão* é dos autores Jucellia Paulista de Almeida, Bruna Camargos Avelino e Talles Vianna Brugni. Os resultados indicam que quanto aos estereótipos apontados na literatura, o estudo não encontrou outro senão aquele que relaciona a Contabilidade à Ciência Exata, e uma parcela considerável dos indivíduos ainda vincula a principal tarefa do Contador ao cálculo do imposto de renda.

O sétimo artigo desta edição *Desempenho econômico das empresas familiares e não familiares na Crise de 2012* é dos autores Micheli Aparecida Lunardi, Nelson Hein e Adriana Kroenke. O período de análise compreendeu os anos de 2008 a 2016. Os resultados revelaram que nos anos de 2011, 2012 e 2013 as empresas familiares apresentaram melhor colocação no ranking de desempenho econômico das empresas analisadas. Como contribuição, o trabalho indica como o desempenho econômico das empresas familiares e não familiares se comporta

em um cenário de crise, demonstrando que as empresas familiares tendem a manter o desempenho econômico maior.

O oitavo artigo, dos autores Ruan Carlos dos Santos, Ismael Luiz dos Santos e Daniel de Souza Silva Junior, é intitulado *A intensidade da orientação empreendedora e capacidade de marketing no varejo supermercadista*. Os resultados evidenciaram que existente, e com grande intensidade, a presença dos construtos orientação empreendedora nas dimensões de inovação, proatividade e risco; e capacidade de marketing nas dimensões de pesquisa de mercado, preço, produto, promoção e gestão. As contribuições para os empresários é que estes poderão entender melhor as necessidades e expectativas dos clientes, além dos movimentos dos concorrentes, podendo conduzir e direcionar as informações no desenvolvimento da maior efetividade dos seus recursos e capacidades.

Ótima leitura a todos!

Fraterno abraço virtual!

Ieda Margarete Oro
Editora-chefe da RACE

