

EDITORIAL

Nesta segunda edição de 2015, a RACE, fiel à sua meta de manter a periodicidade definida e informada em seu *site*, tem a grata satisfação de apresentar quinze artigos com relevantes contribuições para a Área de Administração, Contábeis e Turismo. Utilizando-se de técnicas robustas de análise estatísticas e reflexões qualitativas de profundidade, os textos trazem temas relevantes de algumas problemáticas da atualidade.

No primeiro artigo desta edição, Raimundo Nonato Lima Filho e Adriano Leal Bruni analisam a relação entre o nível metacognitivo e as características empreendedoras de profissionais de Administração, no artigo intitulado *Metacognição estimula características empreendedoras? Uma análise em profissionais de administração*. A pesquisa *survey*, realizada com 851 Administradores e operacionalizada por meio de uma Modelagem de Equações Estruturais (SEM), indica que maiores níveis de metacognição promovem maiores níveis de características empreendedoras.

Numa análise crítica, o segundo texto, intitulado *Aplicabilidade da Escala ECCB ao Paradigma da Modelagem de Segunda Ordem: Uma Análise do Consumo Consciente de Cosmético*, de autoria de Wagner Junior Ladeira, Fernando Oliveira Santini e Clecio Falcão Araujo, analisa as influências dos constructos de primeira e segunda ordem da escala *Ecologically Conscious Consumer Behavior* (ECCB). Utilizando-se também da Modelagem de Equações Estruturais (SEM), os autores indicam a existência de diferentes relações entre os constructos de quatro modelos hierárquicos estudados, contrastando com estudos publicados na área e propõem uma forma de análise “pouco utilizada no meio acadêmico”.

O terceiro artigo mostra um estudo de caso sobre práticas de sustentabilidade. Em *Práticas de sustentabilidade na gestão da empresa Cristófoli Equipamentos de Biossegurança, situada no município de Campo Mourão, Paraná, Brasil*, Vanderlei Aparecido da Silva, Marcos Junior Ferreira de Jesus, Josimari de Brito Morigi e Adalberto Dias de Souza apresentam uma reflexão sobre as práticas de sustentabilidade adotadas na empresa caso e concluem que ela está cada vez mais preocupada em atingir e demonstrar um desempenho ambiental correto.

Em outro estudo de caso qualitativo, o quarto artigo desta edição objetiva investigar os fatores intervenientes na formação de competências gerenciais. Murilo Rodrigues dos Santos, Sandra Regina da Rocha-Pinto e Maria Isabel Peixoto Guimarães, no texto *Centros de serviços compartilhados: um estudo de caso sobre fatores intervenientes na formação de competências gerenciais*, entrevistam empregados de uma empresa brasileira atuante no ramo de energia e indicam que os fatores intervenientes derivam de três categorias inter-relacionadas: o Conceito de Unidade de Serviços Compartilhados, as Competências Gerenciais Requeridas e o Processo de Formação das Competências Requeridas.

Adilson Carlos Rocha, Clandia Maffini Gomes e Jordana Marques Kneipp, em *Gestão sustentável na cadeia de suprimentos e desempenho inovador em processos: um estudo na indústria do alumínio*, associam a gestão sustentável da cadeia de suprimentos com o desempenho inovador do processo produtivo, utilizando como base os pressupostos teóricos de Pagell e Wu (2009), Makkonen e Van Der Have (2012) e Gunday et al. (2011). Concluem que, no caso estudado, a integração da sustentabilidade na gestão da cadeia de suprimentos está associada à inovação em processos na indústria de alumínio.

O sexto artigo também trata da problemática da sustentabilidade, agora na perspectiva contábil. No texto intitulado *Evidenciação ambiental sobre resíduos nos relatórios de sustentabilidade de empresas brasileiras listadas no IBRX-100 da BM&FBOVESPA*, Larissa Degenhart, Mara Vogt, Fabricia Silva da Rosa, Nelson Hein e Itzhak David Simão Kaveski analisam a evidenciação ambiental sobre resíduos nos Relatórios de Sustentabilidade dessas empresas, servindo-se de uma amostra de 25 das 100 empresas brasileiras listadas. A pesquisa é descritiva, documental e com abordagem quantitativa e os resultados apontam que as empresas Ambev, AES Tietê, Energias BR e Duratex foram as que mais se destacaram no *ranking*, no período de 2010 a 2012.

Em *Práticas de disclosure voluntário de informações estratégicas e de índices financeiros de empresas do nordeste brasileiro: uma análise a partir do modelo de Murcia*, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte, Murilo Antonio Perez, Frederico R. F. Bessa, e Oderlene Vieira de Oliveira investigam o nível de *disclosure* voluntário referente à divulgação das informações estratégicas e dos índices financeiros de empresas situadas no Nordeste do Brasil com ações negociadas na BM&FBOVESPA nos níveis de Novo Mercado (NM), Nível 1 (N1) e Nível (N2). A pesquisa foi efetuada a partir das Demonstrações Contábeis do exercício de 2013, baseando-se na métrica do Modelo

de Murcia (2009). Os resultados indicam que as empresas estudadas apresentam um baixo índice de *disclosure* voluntário.

No oitavo artigo, denominado *Heritage assets: procedimentos para o reconhecimento e a mensuração adotados pelos museus*, Charline Barbosa Pires, Daniel Cerqueira Ribeiro, Jorge Katsumi Niyama e José Matias-Pereira efetuam análise das demonstrações contábeis de museus localizados nos cinco continentes, visando identificar o tratamento contábil relacionado ao reconhecimento e à mensuração dos *heritage assets* (HAs). Trata-se de uma pesquisa aplicada, qualitativa, descritiva e documental que realiza uma análise de conteúdo das notas explicativas de nove museus localizados na Nova Zelândia, Austrália, Reino Unido, África do Sul, Brasil. A partir da análise dos documentos, os autores verificaram práticas heterogêneas, sendo o HAs evidenciada em apenas uma parcela dos Balanços Patrimoniais. Quanto aos critérios de mensuração adotados pelos museus, o custo histórico é adotado principalmente para o reconhecimento inicial.

No artigo *O efeito do formato de apresentação de desconto em ambiente crowding: um estudo experimental*, Leonardo Aureliano-Silva, Marcelo Moll Brandão, Suzane Strehlau e Renato Ferreira Pimenta analisam o efeito do formato de desconto na intenção de compra e percepção de qualidade do produto em ambiente *crowding*, com percepção de alta densidade de consumidores no ambiente de loja de varejo. Concluem que em ambiente *crowding* o anúncio com desconto em percentual aumentou a intenção de compra comparado ao desconto em moeda. Não se observou efeito sobre a percepção de qualidade do produto.

O décimo artigo desta seção trata da relação entre franqueador e franqueado. Em *Um modelo de avaliação do relacionamento franqueador-franqueado com base nas lacunas da qualidade do serviço: um estudo de caso em uma rede do setor farmacêutico*, Marcel Lima Ribeiro Dantas, Domingos Fernandes Campos, Evádio Pereira Filho, e Alípio Ramos Veiga Neto apresentam um modelo de avaliação das relações franqueador-franqueado com base no modelo das lacunas entre expectativas e percepções do serviço prestado por franqueador e franqueado e avaliam os resultados de sua aplicação a uma rede de franquias do setor Farmacêutico. Divergências importantes foram constatadas no relacionamento de curto prazo. No entanto, franqueador e franqueados demonstraram que suas prioridades estão alinhadas nos sete atributos que compõem o relacionamento de longo prazo. Os autores concluem que o modelo das lacunas de qualidade mostrou-se adequado ao processo de avaliação do relacionamento entre franqueados e franqueador em curto e longo prazos.

No texto *Relação entre estilo de liderança e comprometimento organizacional afetivo*, Maria de Lourdes de Oliveira Nogueira, Luciano Venelli Costa e José Alberto Carvalho dos Santos Claro analisam a relação entre os estilos de liderança e o comprometimento organizacional afetivo (COA). Por meio de um estudo quantitativo buscaram determinar a correlação existente entre três estilos de liderança: tarefa, relacionamento e situacional com o COA. O estudo mostra fracas correlações entre estilos de liderança e COA e significativas correlações do comprometimento com o estilo tarefa e com o estilo situacional.

O texto *Remuneração variável baseada no pagamento de ações: um estudo de evidencição das informações requeridas pelo CPC 10 (R1) aplicado em empresas brasileiras*, de autoria de Joice Denise Schafer, Amanda Mendieta Larini, Priscila Alano da Rosa e Luiz Felipe Ferreira identifica o cumprimento do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) 10 (R1) pelas empresas listadas como “melhores para se trabalhar”, da Revista Você S/A. De natureza qualitativa, os resultados da pesquisa apontam que as empresas estão em concordância com o pronunciamento técnico no que diz respeito à evidencição das informações referentes à opção de ações.

Também, evidenciando a importância da informação, o texto de Vagner Antonio Marques, Fabrine Gonçalves Dias da Silva, Luiz Cláudio Louzada, Hudson Fernandes Amaral e Antônio Artur de Souza, intitulado *Qualidade informacional e nível de transparência: um estudo entre empresas ganhadoras e não ganhadoras do Troféu Transparência FIPECAFI-SERASA EXPERIAN*, analisa a relação entre a qualidade das informações contábeis e o nível de transparência das empresas brasileiras. O estudo é descritivo, documental e quantitativo, com dados trimestrais de 18 empresas no período de 2007 a 2013 e os resultados mostram que nas empresas ganhadoras do Prêmio Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC), as correlações entre VMA, LPA e Patrimônio Líquido por Ação (PLA) foram estatisticamente significativas. O modelo de regressão foi estatisticamente significativo para as empresas ganhadoras, com um R^2 de 46,78%, enquanto o modelo para as não ganhadoras teve um R^2 de 0,01%.

O décimo quarto artigo é uma *survey*, realizada com 528 indivíduos, que teve por objetivo analisar os valores de consumo hedônico e utilitário, bem como a influência desses valores sobre a conduta financeira dos consumidores de baixa renda. Utilizando a técnica de modelagem de equações estruturais (SEM), os resultados do estudo indicam que a maior parte dos entrevistados está endividada, apresentando maior valor hedônico de compra. De autoria de Felipe Gerhard, Thiago Matheus de Paula Sousa, Lucas Lopes Ferreira de Souza e Helder Araujo de Carvalho, o artigo

intitulado *Consumo na baixa renda: influência dos valores de compra hedônico e utilitário no endividamento*, também destaca o fato de o arquétipo teórico construído com base na literatura não ter alcançado valores de ajuste aceitáveis, e que, após a reespecificação do modelo teórico, observa-se que a presença hegemônica do valor de consumo hedônico em um indivíduo indica mais eficazmente se ele de fato se endivida.

Finalizando esta edição, o texto *Análise dos impactos gerados pelo programa Minha Casa, Minha Vida no índice de velocidade de vendas na Região Metropolitana do Recife*, de autoria de Sylvia Karla Gomes Barbosa e José Ferreira Irmão, tem como principal objetivo analisar os impactos gerados pelo Programa no período 2002-2013. Por meio de um modelo econométrico, os autores investigam os efeitos do Programa sobre a oferta/demanda de imóveis na região.

Boa leitura.

Silvio Santos Júnior
Editor-adjunto da RACE

