

## EDITORIAL

A Revista de Contabilidade e Controladoria – RC&C é uma publicação eletrônica, mantida pelo Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da Universidade Federal do Paraná (PPGCONT-UFPR), e possui como missão difundir a pesquisa científica de elevada qualidade nas áreas de Contabilidade, Controladoria e Finanças. A fim de consolidar essa missão, o periódico tem como objetivo publicar e disseminar pesquisas teóricas ou empíricas, originais, desenvolvidas por pesquisadores brasileiros ou estrangeiros, que refletem contribuições relevantes para a evolução do conhecimento contábil. A publicação é quadrimestral e cada edição comporta oito artigos científicos inéditos, direcionados a professores, pós-graduandos e profissionais que atuam na área de Contabilidade ou áreas correlatas.

Sendo assim a RC&C tem interesse em pesquisas que estejam relacionadas às seguintes grandes áreas: Contabilidade Financeira; Teorias da Contabilidade; Controladoria, Contabilidade Gerencial e Controle Gerencial; Contabilidade e Análise de Custos; Contabilidade Governamental e do Terceiro Setor; Auditoria e Perícia na área contábil e correlatas; Finanças Corporativas e Mercado de Capitais; Ensino da Contabilidade; Pesquisa em Contabilidade; e Epistemologia da Ciência Contábil.

Nesta edição a RC&C divulga mais oito artigos inéditos que esperamos, possam contribuir para a evolução da área.

No primeiro trabalho, os autores Matheus Soares Mendes e Wenner Glaucio Lopes Lucena analisaram o comportamento dos preços de ações das empresas que possuíram divulgação pública realizadas pelo canal de Youtube “O primo rico”, por meio de sua playlist de vídeos denominada “Empresas da Bolsa”. Foram identificados impactos, tanto positivos quanto negativos, nos retornos das empresas a partir da publicação dos vídeos. O retorno anormal acumulado (CAR) para as janelas mais próximas ao evento: [-1,1], [-2,2], se mostraram estatisticamente significativos, implicando que o mercado não foi eficiente, para este período, gerando assim, possibilidade de ganhos anormais. Os resultados reforçam a relevância e o uso das mídias sociais como ferramenta de *disclosure* contábil, seja por canais oficiais, seja por meio de terceiros, bem como seu impacto no retorno das empresas.

O segundo artigo, de Ivanir Rang Barcelos, Cláudia de Freitas Michelin, Cristiane Krüger, Juliano Carlos Raddatz e Filipe Amorim Trindade, analisa os conhecimentos dos profissionais de contabilidade em relação aos avanços tecnológicos, especificamente a quarta revolução industrial, visando explorar a forma como a profissão se comporta em relação às novas tendências. Os resultados encontrados demonstram que os profissionais possuem pouco conhecimento sobre o assunto, mas se julgam

preparados para as novas transformações. Os mesmos relatam que a indústria 4.0 propicia uma comunicação imediata, menos trabalho manual, padronização de processos por meio de sistemas interligados e trabalho em nuvem. Diante disso, conclui-se que para os trabalhadores da área contábil os avanços tecnológicos são eminentes.

No terceiro artigo os autores Marcelli Vogt, Carline Hickmann e Mara Vogt apresentam sua pesquisa que objetivou analisar a relação interpessoal e a satisfação dos associados de uma cooperativa de crédito rural. Os resultados revelaram que a maioria dos associados estão satisfeitos e mantém um bom relacionamento com a cooperativa de crédito. A pesquisa trouxe à lume que o bom atendimento dos funcionários para com os associados e a familiaridade que estes sentem ao frequentarem está cooperativa, leva a acreditarem e lutarem pelo crescimento e desenvolvimento da mesma. Assim, de forma conjunta, possibilita alcançar ótimos resultados que, ao final do exercício, são distribuídos com os sócios, o que torna a cooperativa competitiva em relação a concorrência. Dessa forma, os autores concluem que o bom atendimento ao associado é relevante para a fidelização do mesmo, principalmente, devido à alta concorrência com outras cooperativas e bancos.

Na sequência, Isaac Pacheco Silva, Suliani Rover e Denize Demarche Minatti Ferreira verificam os fatores que influenciam o montante evidenciado de passivos ambientais por empresas brasileiras potencialmente poluidoras. Os resultados obtidos, por meio da regressão em dados em painel de efeitos aleatórios sugerem que empresas com mais contingências ambientais são as que mais possuem passivos ambientais. Corroborando pesquisas anteriores, como Brammer e Pavelin (2008) e Coelho et al (2013), a variável de controle referente ao tamanho da empresa, também se mostrou relevante e positivamente relacionada com maior *disclosure* de passivos ambientais.

Os autores Lucas Ogassawara Gervasio, Juliane Andressa Pavão, Roberto Rivelino Martins Ribeiro e Kerla Mattiello identificam os fatores condicionantes que favorecem ou dificultam a utilização da Gestão de Custos Interorganizacionais (GCI) em uma cadeia de valor do setor de confecção. O estudo adotou o modelo proposto por Souza (2008) e Souza e Rocha (2009) e teve como método de coleta de dados entrevistas e questionários. Com os achados, verificou-se que todas as empresas, salvo algumas exceções, apresentam fatores condicionantes que favorecem a utilização da GCI. Os fatores condicionantes que mais favorecem a GCI são os produtos, componentes e níveis de relacionamento na cadeia de valor do setor de confecção analisado.

Shaiane Pisa Kistner, Valdirene Gasparetto e Altair Borgert exibem o artigo que teve por objetivo a relação entre *cost drivers* estruturais e os custos, representados por custos com pessoal, encargos e

benefícios sociais, e pelo custo médio por aluno, em uma universidade federal brasileira. Os resultados permitiram concluir que o número de docentes inativos é o *cost driver* estrutural de maior relação com os custos com pessoal, encargos e benefícios sociais; o número de alunos da educação básica é o *cost driver* estrutural de maior relação com o custo médio por aluno da educação básica; e o número de alunos da pós-graduação por professor é o *cost driver* estrutural de maior relação com o custo médio por aluno da pós-graduação. Segundo os autores, as contribuições do estudo estão relacionadas com o suprimento da lacuna existente na literatura sobre as escolhas estratégicas baseadas na estrutura econômica da organização, representadas pelos cost drivers estruturais, em instituições de ensino superior federais brasileiras, além de fornecer explicações à comunidade sobre os custos nessas instituições a partir deste caso, e permitir aos gestores universitários a compreensão das ações que podem estar ligadas ao aumento ou diminuição dos custos da universidade.

O sétimo artigo, de Leonardo Porfírio de Araújo, Joaes dos Santos Oliveira Mota e Márcio Sampaio Pimentel realizaram a pesquisa que teve por objetivo analisar se as informações ambientais divulgadas de forma voluntária, com base na *Global Reporting Initiative* (GRI), pelas três maiores empresas do setor de mineração do mundo (BHP, VALE e Rio Tinto) no ano de 2019 atendem as diretrizes impostas compulsoriamente pela Lei *Grenelle II* da França. Os resultados mostraram que os tópicos impostos pela Lei *Grenelle II* não foram totalmente contemplados pela GRI nos relatórios das empresas, quando a BHP, Rio Tinto e Vale evidenciaram 10, 8 e 6 dos 12 tópicos presentes na Lei, respectivamente. O tópico mais citado foi “Programas de treinamento de funcionários em proteção ambiental”, com mais de 25% total de todas as citações e em contrapartida, “Provisões financeiras para riscos ambientais” não foi mencionado por nenhuma das empresas. O formato voluntário não permite comparação entre organizações e flexibiliza o que seria obrigatório pela Lei *Grenelle II*.

No oitavo e último artigo os autores Érica Fernanda da Silva Purificação, Silas da Silva Neves, Rafael Todescato Cavalheiro e Glaucy Pereira de Melo Conceição buscaram identificar os critérios e estratégias utilizados na precificação, na perspectiva gerencial. Secundariamente, foi verificado se tais critérios e estratégias estão associados as características do empresário. Os resultados revelam que a principal dificuldade encontrada pelos gestores de MPEs na definição de preço de venda é a mensuração dos custos. Assim, o fator que mais influencia os preços é o valor de mercado, ficando o custo das mercadorias e serviços em segundo plano no processo de precificação. Apesar de, a maioria afirmarem não utilizar nenhum método de custeio, intuitivamente, os empresários utilizam algum método, mas o desconhecem ou o usam de maneira inadequada. No que tange as características dos gestores que impactam nas decisões estratégicas relativas à precificação, verificou-se a existência de associação

preponderante entre as variáveis Faixa Etária e Formação do Empresário em gestão, corroborando com a TES de que as características pessoais influenciam as interpretações das situações que os gestores de topo enfrentam ao tomar decisões.

Desejamos a todos uma ótima leitura!

**Prof. Dra. Luciana Klein**  
**Editora Geral**