

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO
FACES
JOURNAL

TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO
MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION
www.revistafaces.fumec.br

Publicação Quadrimestral da Faculdade de
Ciências Econômicas, Administrativas e
Contábeis de Belo Horizonte
Universidade FUMEC



Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. • Belo Horizonte • v. 6 • n. 3 • p. 1-120 • set./dez. 2007

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Emerson Tardieu de Aguiar Pereira Júnior

Vice-Presidente: Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Conselheiros: Prof. Marco Túlio de Freitas

Prof. Oswaldo Teixeira Baião Filho

Prof. Ricardo José Barbosa Bahia

Profª. Juliana do Couto Bemfica

Conselheiros Suplentes:

Prof. Ary Ângelo da Cruz

Prof. João Batista de Mendonça Filho

Prof. Aurélio Agostinho Verdade Viêto

Prof. Júlio César dos Santos Esteves

Prof. Eduardo Georges Mesquita

Prof. Renaldo Sodré

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitora: Profª. Romilda Rachel Soares da Silva

Vice-reitora: Profª. Maria Carmen Gomes Lopes

Pró-reitora de Ensino, Pesquisa e Extensão: Profª. Divina S. Lara Vivas

Gestor de Planejamento e Administração: Prof. Emílio Vital de Souza

Coordenador do Setor de Pós-graduação e Pesquisa

Prof. Eduardo Martins de Lima

Coordenador do Setor de Extensão

Prof. Osvaldo Manoel Correa

Coordenador do Setor de Educação Mediada por Tecnologia Interativa (i.net)

Prof. Paulo Henrique Vieira Magalhães

Coordenadora do Setor de Registro e Informações Acadêmicas

Marília Ceolin Correa

FACE-FUMEC

Diretora Geral: Profª. Maria da Conceição Rocha

Gestor de Ensino: Prof. Fernando Francisco Soares Rocha

Gestor Administrativo: Prof. Antônio Tomé Loures

EDITOR

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho (Universidade FUMEC)

CO-EDITOR

Prof. Dr. George Leal Jamil (Universidade FUMEC)

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO NACIONAL

Prof. Dr. Clóvis L. Machado-da-Silva / CEPPAD/UFPR

Prof. Dr. Sérgio Bulgacov / CEPPAD/UFPR

Prof. Dr. Tomás de Aquino Guimarães - UNB / BR

Prof. Dr. Jorge Ferreira da Silva IAG / PUC - RJ

Prof. Dr. Rodrigo Bandeira de Melo - Univale / SC

Prof. Dr. Sérgio Henrique A. C. Forte - UNIFOR - CE

Prof. Dr. Sérgio Carvalho Benício de Melo - (PPGA/UFPE)

Prof. Dr. Eduardo André Teixeira Ayrosa - (EBAP/FGV/RJ)

Prof. Dr. André Torres Urdan - (EASP-FGV/SP)

Prof. Dr. Antônio Artur de Souza, PhD - (CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves - (CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Mauro Calixta Tavares - (Mestrado/FCHPL)

Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga - (CEPEAD/UFMG)

Profª. Drª. Marília Damiani Costa, Ciência da Informação, UFSC.

Prof. Dr. Oscar Dalfovo, Universidade Regional de Blumenau,

Blumenau.

Prof. Dr. Antonio Balloni, CENPRA / MICT, Campinas.

Prof. Edson Luiz Riccio, FEA, USP.

Profª. Drª. Suzana Braga Rodrigues, FUMEC

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Prof. Dr. David Bruce - Institute of International Business, Georgia State

Prof. Dr. Gustavo Guzzman, Griffith University, Austrália

Prof. Jürgen Müller - Berlin School of Economics

Prof. Dr. Armando Malheiro, Universidade do Porto, Portugal.

Prof. Dr. César Archuby, Universidad de La Plata, Argentina

Prof. Dr. Luc Quoniam, Université du Sud Toulon-Var, França.

Prof. Thomas Brashear - UMASS, USA

CONSULTORES EXTERNOS

Prof. Dr. Fernando Coutinho Garcia (PPGA/FEAD-Minas)

Prof. Dr. Alexandre Carrieri (CEPEAD/UFMG)

Profª. Drª. Adriane Vieira (PPGA/FEAD-Minas)

EDITORES ASSOCIADOS

Prof. Fernando Francisco Soares Rocha

Prof. Marco Túlio Freitas

Assinatura anual (3 números): R\$ 150,00

Pedidos: assinaturas.faces@face.fumec.br

Periodicidade: quadrimestral

Data de início da circulação: 1º semestre de 2000

Versão virtual integral: www.revistafaces.fumec.br

Indexação:

Em base de dados:

Dare database / UNESCO (em trâmite)

<http://databases.unesco.org/dare>

Em portal vertical:

Canal Ciência (em trâmite)

<http://www.canalciencia.ibict.br>

Distribuição: permuta (associações, centros de pesquisas, universidades, organizações públicas ou privadas), assinaturas e venda avulsa

Revisora: Virgínia Novaes da Mata Machado

Projeto Gráfico e Editoração: Rute Gouvêa / Sografe

Tiragem: 2000 exemplares

FACES. Revista de Administração - v. 1, n. 1, 2000
- Belo Horizonte / MG: FUMEC, 2000
Quadrimestral
ISSN 1517-8900

1. Administração - Periódicos. I. Fundação Mineira de Educação e Cultura. Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte

CDU: 658(05)

Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG
www.revistafaces.fumec.br



Linha Editorial

INTRODUÇÃO

A Revista FACES (Faces Journal) é uma publicação da Faculdade de Ciências Empresariais da Universidade FUMEC – Fundação Mineira de Educação e Cultura – que com mais de 40 anos de existência, consolida-se como instituição de ensino, atingindo sua maturidade e o reconhecimento do seu trabalho. Com um quadro docente de alto nível, a Universidade FUMEC dedica-se a atividades de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão. Hoje são cerca de 15 mil alunos e 540 professores.

A instituição, sem fins lucrativos, foi fundada por um grupo de professores que buscava criar novas alternativas de formação acadêmica, é dotada de completa infra-estrutura: salas de aula, espaços multimeios, apoio de informática, laboratórios em diversas áreas, auditórios, anfiteatro e três bibliotecas com acervo de mais de 90 mil volumes. Possui quatro Faculdades: a de Ciências Empresariais – FACE – de Engenharia e Arquitetura – FEA – de Ciências Humanas – FCH – de Ciências da Saúde – FCS.

MISSÃO DA UNIVERSIDADE FUMEC

Formar cidadãos portadores de valores de responsabilidade social, justiça e ética, nas diferentes áreas do conhecimento, aptos a serem inseridos nos diversos setores profissionais, capazes de contribuir para a transformação da sociedade, de modo a torná-la verdadeiramente democrática.

MISSÃO DA REVISTA FACES

Fomentar a produção e a disseminação de conhecimento em Administração de Empresas, contribuindo para o desenvolvimento e progresso do país e da sociedade.

FOCO DA REVISTA FACES

A FACES busca atender um amplo espectro de domínios de conhecimento, perspectivas e questões em Administração. O público-alvo da FACES é composto por um estrato relevante da comunidade empresarial – administradores, executivos, consultores e executivos de alta e média gerência –, assim como por acadêmicos – professores, pesquisadores e estudantes de Administração e áreas afins.

PROCESSO DE AVALIAÇÃO

Os artigos enviados para avaliação da FACES devem ser inéditos e não devem estar em processo de avaliação em nenhuma outra publicação.

O objetivo do processo de avaliação é ajudar nossos colaboradores a melhorar seus trabalhos, fornecendo avaliações construtivas e em tempo razoável, preparadas por acadêmicos experientes.

O processo de avaliação da FACES consta de duas etapas:

- Primeiro, uma avaliação preliminar pelos editores, que examinam a adequação do trabalho à linha editorial da revista;
- Segundo, *double blind review*.

TIPOS DE ARTIGOS VEICULADOS NA FACES

Desenvolvimento teórico: sustentados por ampla pesquisa bibliográfica com propostas de novos modelos e interpretações para fenômenos relevantes no campo da Administração de Empresas.

Trabalhos empíricos: direcionados mais para a prática do administrador, os artigos baseiam-se em pesquisas metodologicamente bem fundamentadas, apresentam hipóteses que compreendem as teorias e suas variáveis, os resultados que comprovam (ou não) a teoria.

Ensaio: compõem formas mais livres de contribuição científica, com abordagens mais críticas e criativas levando os leitores a reflexões sobre temas relevantes na área de conhecimento.

TEMAS E LINHAS EDITORIAIS

- Administração da Ciência e Tecnologia
- Administração Hospitalar
- Casos em Administração Brasileira
- Comportamento Organizacional
- Contabilidade
- Controle Gerencial
- Economia
- Ensino e Pesquisa em Administração
- Estratégia
- Finanças
- Gestão da Informação
- Gestão de Operações e Logística
- Gestão Internacional
- Gestão Pública e Governança
- Mercadologia
- Organizações
- Políticas Públicas
- Recursos Humanos
- Relações de Trabalho
- Sistemas de Saúde
- Teoria das Organizações



Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

É com grande honra que apresentamos a terceira edição de 2007 da FACES Journal. Nesta edição temos um conjunto de artigos que transita entre importantes campos do conhecimento, tais como estratégia, mercadologia e sistemas de informação.

Em "Organizing and organizational success rely on continual learning and development", Dr Francesco Sofo da Universidade de Canberra, apresenta aspectos do desenvolvimento individual e organizacional, analisando o relacionamento destes elementos com o aprendizado organizacional e seus impactos no sucesso estratégico. O trabalho conclui que o aprendizado contínuo é fundamental para que uma organização sobreviva e possa competir no mercado.

Patrícia Prado Belfiore, Luiz Paulo Lopes Fávero e Claudio Felisoni de Angelo, em "Análise Multivariada para Avaliação dos Principais Setores Latino-Americanos", estudam o comportamento dos principais setores que compõem as 500 maiores empresas latino-americanas, através da aplicação de métodos multivariados. Os autores buscam determinar eventuais clusters existentes, com o intuito de identificar características comuns de cada agrupamento de empresas.

Em "Estimating Brand Equity In The Context Of The Global Automotive Industry" os professores Dr. M. Fetscherin e M. Zelina analisam o quanto o valor da marca para o consumidor pode influenciar o preço de um automóvel. O artigo faz uso do modelo SDR, e utiliza amostras de veículos americanos, alemães e japoneses. O artigo demonstra o maior valor de marca dos carros alemães sobre os demais, considerando o país de origem.

Já no artigo "Origens e Evolução da Responsabilidade Social Corporativa: uma Perspectiva Histórica de Quatro Siderúrgicas Brasileiras", Daniel Pardini, Zélia Kili-mnik, Rodrigo Baroni e Mário Reis Teixeira Neto, propõem uma perspectiva metodológica histórica para desvendar as origens e evolução da responsabilidade social corporativa em siderúrgicas brasileiras. O trabalho argumenta a importância do método paradigmático histórico no entendimento da influência da atividade industrial na formação das comunidades.

Os Professores Maurício Fernandes Pereira e Fabiana Agapito, apresentam em "Final, como se formam as estratégias?", um estudo de caso em torno da criação da estratégia tomando-se como base os referenciais propostos por Whittington (2002). Os autores analisam duas dimensões principais: os resultados pretendidos com as estratégias e os processos pelos quais ela acontece. Este trabalho provê informações relevantes sobre administração estratégica de organizações do terceiro setor.

Sergio Bulgacov e Yára Lúcia Mazziotti Bulgacov, no artigo "A construção do significado nas organizações", discutem neste ensaio o papel do administrador como mediador entre os propósitos organizacionais e as representações que dela se faz. Entende-se os administradores como possuidores de papel fundamental influenciando a interação entre a tarefa e o significado frente aos fenômenos organizacionais entendidos como complexos, ambíguos e contraditórios.

Em "Cultura e Atitude Empreendedora. Um Estudo em Empresas no Distrito Federal", Eda Castro Lucas de Souza e Cristina Castro Lucas de Souza Depieri analisam a relação entre cultura e atitude empreendedora. Um questionário contendo 36 itens foi respondido, em 2005, por 450 indivíduos, de 33 empresas brasileiras, de pequeno, médio e grande porte, sendo que resultados indicam que manifestações da cultura predizem atitude empreendedora, podendo-se concluir que essa atitude está vinculada diretamente às dimensões: cultural, psicológica, e tecnológica.

Boa leitura!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Editor
Universidade Fumec

Prof. Dr. George Leal Jamil
Co-Editor
Universidade Fumec

Fellow Researchers, Academics, Company Leaders and Business Community

It is with great honor that we present the third 2007 edition of the FACES Journal. In this issue we cover a series of articles that transit among major fields of knowledge, such as strategy, marketing and information systems.

In "Organizing and organizational success rely on continual learning and development", Dr. Francesco Sofo from the University of Canberra, presents aspects related to individual and organizational development, examining the relationship between these elements and organizational learning, and their impact upon strategic success. The study concludes that continuous learning is fundamental to the survival and market competition of an organization.

Patricia Prado Belfiore, Luiz Paulo Lopes Fávero and Cláudio Felisoni de Ângelo, in "Multivariate analysis for the evaluation of Latin America's key sectors", study the performance of the main sectors that compose the 500 largest Latin American companies, through the application of multivariate methods. The authors seek to determine any existing clusters in order to identify common characteristics among each group of companies.

In "Estimating brand equity in the context of the global automotive industry", professors Dr. M. Fetscherin and M. Zelina examine how consumer brand equity can influence the price of an automobile. The paper uses a variation of the SDR model and also makes use of samples from American, German and Japanese vehicles. The study shows that German automobiles present higher brand equity compared to the others, considering their country of origin.

Still, in the paper "Origins and evolution of corporate social responsibility: a historical perspective in four Brazilian steelworks", Daniel Pardini, Zélia Kilimnik, Rodrigo Baroni and Mário Reis Teixeira Neto propose a methodological approach to unravel the historical origins and evolution of corporate social responsibility in Brazilian steelworks. The study argues the importance of the historical paradigmatic method in understanding the influence of industrial activity upon the establishment of communities.

Professors Maurício Fernandes Pereira and Fabiana Agapito, in "After all, how are strategies developed?" present a case study on the subject of strategy creation, based on references proposed by Whittington (2002). The authors examine two main dimensions: the desired outcomes, along with the strategies and processes through which they happen. This paper provides relevant information on strategic management among third sector organizations.

Sérgio Bulgacov and Yára Lúcia Mazziotti Bulgacov, in the essay "The construction of meaning in organizations", discuss the role of managers as mediators

between organizational purposes and the representations built from them. Managers are understood as holders of a key role, influencing the interaction between tasks and meanings among organizational phenomena perceived as complex, ambiguous and contradictory.

In "Culture and entrepreneurial attitude: a study with companies in the Brazilian Federal District", Eda Lucas Castro de Souza and Cristina Castro Lucas de Souza Depieri examine the relationship between culture and entrepreneurial attitude. A questionnaire containing 36 items was answered in 2005 by 450 individuals from 33 Brazilian small, medium and large companies, and results indicated that culture manifestations predict entrepreneurial attitude, implying that it is directly linked to cultural, psychological and technological dimensions.

Pleasant reading!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Editor
Universidade Fumec

Prof. Dr. George Leal Jamil
Co-Editor
Universidade Fumec