

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

**FACES**

JOURNAL

**TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO**  
**MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION**

[www.revistafaces.fumec.br](http://www.revistafaces.fumec.br)

Publicação Trimestral da  
Faculdade de Ciências Empresariais  
Universidade FUMEC



UNIVERSIDADE  
**FUMEC/FACE**  
[www.face.fumec.br](http://www.face.fumec.br)

**Belo Horizonte - MG**

FACES R. Adm. · Belo Horizonte · v. 9 · n. 1 · p. 1-156 · jan./mar. 2010

**FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC**

Presidente: Prof. Air Rabelo

**UNIVERSIDADE FUMEC**

Reitor: Prof. Antonio Tomé Loures

Vice-reitora: Profa. Maria da Conceição Rocha

Pró-Reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão: Prof. Eduardo Martins de Lima

Pró-Reitor de Planejamento e Administração: Prof. Roberto Uchôa Costa

**FACE-FUMEC**

Diretor Geral: Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino: Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro: Prof. Emiliano Vital de Souza

**EDITOR**

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho (Universidade FUMEC)

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto (Universidade FUMEC)

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira (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

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

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

Prof. Dr. Sergio 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 - CEPEAD/UFMG

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves - Univ. FUMEC

Prof. Dr. Mauro Calixta Tavares, Mestrado/FCHPL

Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga - CEPEAD/UFMG

Profa. Dra. Marília Damiani Costa, UFSC

Prof. Dr. Oscar Dalfovo, Universidade Regional de Blumenau

Prof. Dr. Antonio Balloni, CENPRA/MICT

**Assinatura anual (3 números): R\$ 90,00**

**Pedidos:** faces@fumec.br

**Periodicidade:** trimestral

**Data de início da circulação:** 1º semestre 2000

**Versão virtual integral:** www.revistafaces.com.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

**Revisor:** Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

**Projeto gráfico e editoração:** Authentica Comunicação

**Tiragem:** 2000 exemplares

Prof. Edson Luiz Riccio, FEA/USP

Profa. Dra. Suzana Braga Rodrigues, FUMEC

**CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL**

Prof. Thomas Brashear, UMASS

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

Prof. Dr. David Bruce, Institute of International Business

Prof. Jürgen Müller, Berlin School of Economics

Prof. Dr. César Archuby, Universidad de La Plata

Prof. Dr. Armando Malheiro, Universidade do Porto

Prof. Dr. Gustavo Guzman, Griffith University

**CONSULTORES EXTERNOS**

Sylvana Maria Brandao, UFPE

Tereza Souza, Universidade Potiguar

Milena Rodrigues, Toledo Araçatuba

Rolf Hermann Erdmann, Universidade Federal de Santa Catarina

Carlos Alberto Costa, Universidade de Caxias do Sul

Ralph Santos Silva, UNIP

Maria Emilia Camargo, Universidade de Caxias do Sul

Luiz Alberto Nascimento Campos Filho, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil

Camila Juvenio Dias, UniToledo - Araçatuba-SP

Mauro Neves Garcia, Universidade Municipal de SCS

Antonio Carlos Giuliani, universidade Metodista de Piracicaba

Heloisa Guimarães Peixoto Nogueira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

André Gustavo Carvalho Machado, UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Denise Del Prá Netto Machado, Universidade Regional de Blumenau

Maria Augusta Soares Machado, IBMECC-RJ, Brasil

Frederico Poley Marins Ferreira, Fundação João Pinheiro

Arsênio Firmino Novaes Netto, Universidade Metodista de Piracicaba

Pelayo Munhoz Olea, Universidade de Caxias do Sul

José Arimatés Oliveira, UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Mauro Sudano Ribeiro, Faculdades Pedro Leopoldo

Sandra Maria Santos, universidade Federal do Ceará

Valeria Rueda Elias Spers, Universidade Metodista de Piracicaba

Priscilla Ferreira da Fonseca, Newton Paiva

Eduardo Damião da Silva, PUCPR

roberto marcos da silva montezano, Faculdades IbmeccRJ

**EDITORES ASSOCIADOS**

Prof. Marco Túlio Freitas, MSc

Prof. Fernando Francisco Soares Rocha, MSc

**FACES. Revista de Administração - v. 9, n. 1, 2010  
- Belo Horizonte / MG: FUMEC, 2009**

**Trimestral**

**ISSN 1517-8900**

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

**CDD: 658(05)**

Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces  
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG  
[www.revistafaces.fumec.br](http://www.revistafaces.fumec.br) - [faces@fumec.br](mailto:faces@fumec.br)

### INTRODUÇÃO

A Revista FACES é uma publicação da Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte, da Fundação Mineira de Educação e Cultura que, com 40 anos de existência, consolida-se como uma instituição de ensino, atingindo sua maturidade e o reconhecimento de 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 12 mil alunos e 412 professores.

A instituição, sem fins lucrativos, foi fundada por um grupo de professores que buscavam criar novas alternativas de formação acadêmica; é dotada de completa infraestrutura: salas amplas, espaços multimeios, apoio de informática, laboratórios nas diversas áreas, auditórios, anfiteatro, ginásio poliesportivo e três bibliotecas com acervo de mais de 90 mil volumes. Um novo câmpus está sendo edificado na região da Seis-pistas, Nova Lima.

### 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 do conhecimento em Administração de Empresas, contribuindo para o desenvolvimento e o progresso do país e da sociedade.

### FOCO DA REVISTA FACES

A FACES busca atender a um amplo espectro de domínios de conhecimentos, 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 –, e por acadêmicos – professores, pesquisadores e estudantes de Administração e áreas afins.

### TIPOS DE ARTIGOS VEICULADOS NA FACES

Desenvolvimento teórico: artigos 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 nas áreas do 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**

A Revista de Administração FACES Journal iniciou o ano de 2010 com a classificação B3, no Qualis da CAPES, na área de Administração. Além disto, ela também foi submetida a vários indexadores, conforme consta no site.

No primeiro artigo apresentado, Josivania Farias, Michelle Farias e Tomas Guimarães discutem o papel de uma rede social no tráfego de informações e na transferência de conhecimento intraorganizacional. Utilizando a abordagem da Análise de Redes Sociais (ARS), foi feito um estudo de caso descritivo, quantitativo e qualitativo. A coleta de dados foi realizada em 2007, envolvendo 18 funcionários de uma unidade organizacional de um banco público federal. Os autores concluíram que a rede estudada impulsiona processos de transferência de conhecimento organizacional.

Na sequência, Pedro Legey Júnior, Lamounier Vilela e José Geraldo Barbosa fazem uma contribuição para as decisões sobre investimentos, utilizando uma metodologia que permite quantificar os ativos intangíveis empresariais. Eles utilizaram a lógica Fuzzy para quantificar a percepção dos grupos sobre os indicadores e reduzir as incertezas oriundas da linguagem natural. A metodologia desenvolvida foi aplicada em grande empresa de navegação, para medir seus indicadores de capital humano, estrutural e de relacionamento em sua área de tecnologia da informação. Os resultados representaram um apoio para tomadas de decisão sobre investimentos em ativos intangíveis. A aplicação periódica da metodologia permitirá avaliar os efeitos das decisões dos gestores em outros momentos, contribuindo para o planejamento, o controle gerencial e a valorização dos ativos intangíveis da empresa. Os autores mostram que os resultados obtidos são específicos

da empresa estudada, mas validaram a aplicação e o uso da metodologia em outras empresas.

Fábio Pádua Júnior, Paulo Prado, Danielle da Silva e Flávio Souza apresentam "O comportamento dos jovens na adoção de inovação". Eles analisaram como a introdução de novos atributos, geralmente considerados complexos, afetam a adoção de produtos de alta tecnologia pelos consumidores. Para tanto, foram avaliadas as relações existentes entre as características pessoais e as influências interpessoais dos consumidores, mediadas pela dificuldade da decisão na adoção de inovações tecnológicas em aparelhos de telefone celular. A pesquisa de campo teve duas etapas. Na primeira, foram feitas entrevistas em profundidade com consumidores e profissionais da área de telefonia móvel. A segunda etapa foi uma pesquisa quantitativa, com 303 estudantes universitários, com idades entre 17 e 25 anos, e que possuíam telefone celular. Os resultados indicam que as variáveis independentes analisadas tiveram muita influência na adoção de celulares da nova geração. A variável moderadora, dificuldade da decisão, demonstrou uma influência não muito forte na adoção dessas inovações.

Takeshy Tachizawa apresenta uma arquitetura de dados socioambientais para diagnóstico das organizações em termos de sustentabilidade econômica. Ele propõe um modelo com indicadores socioambientais fundamentado em pesquisa empírica, desenvolvida pelo método *grounded theory*. Tais indicadores, além de refletir o estágio de sustentabilidade em que se encontra a empresa analisada, subsidiaram o mapeamento socioambiental dos diferentes segmentos econômicos do universo empresarial brasileiro. A arquitetura, estruturada com o suporte de recursos das tecnologias da informação, possibilita o planeja-

mento de decisões inerentes à gestão socioambiental de sua cadeia produtiva.

José Celso Contador, Celso Rimoli e José Luiz Contador examinam teoricamente os fatores determinantes da competitividade do produto e do negócio, imprescindíveis à elaboração de estratégias competitivas que visam à obtenção e a sustentação de vantagens competitivas. Eles mostram que a empresa deve diferenciar sua oferta para conquistar e manter vantagem competitiva, diferenciando seu produto e, ou, seu serviço no sentido tradicional. Assim, a empresa precisa: 1) diferenciar seu produto definindo em quais campos vai competir em cada segmento; e 2) escolher as armas da competição e a intensidade em que irá utilizar cada uma delas. Para atingir tal objetivo, foi necessário utilizar os conceitos de campo da competição, arma da competição, configuração dos campos da competição, campo coadjuvante, produto coadjuvante e par produto-mercado. Como uma proposta inovadora sempre desperta dúvida, é mostrado o processo de validação do modelo de Campos e Armas da Competição e são discutidas sua universalidade, consistência e completude.

Em “Métodos interpretativistas em administração: implicações para pesquisadores”, Sandra Pinto, Agilberto Freitas e Paulo Maisonnave mostram que, no processo de condução de uma pesquisa, busca-se entender a relação entre conceitos, propor e testar hipóteses ou gerar novas proposições. Outro ponto que aflige os pesquisadores, principalmente aqueles em estágios iniciais de pesquisas, é como garantir o conhecimento suficiente para ser capaz tanto de identificar um problema de pesquisa, quanto de gerar hipóteses testáveis. O artigo procura refletir sobre que

alternativas há para se fazer pesquisa em contraponto à abordagem tradicional. Para tanto, buscou-se comparar duas abordagens interpretativistas: a fenomenologia e a *grounded theory*. Diante de suas semelhanças e diferenças, procurou-se formular reflexões em dois eixos temáticos: as divergências e convergências entre as tradições apresentadas e as implicações para os pesquisadores no “fazer” pesquisa interpretativista.

Finalmente, em “Avaliação do emprego da técnica de análise discriminante em teses e dissertações de algumas instituições de ensino superior”, Leandro Prearo, Maria Aparecida Gouvêa e Carolina Monari fazem um amplo estudo de avaliação da adequação no uso de técnicas estatísticas multivariadas em teses e dissertações de algumas instituições de ensino superior na temática do comportamento do consumidor, entre 1997 e 2006. Os autores analisaram a adequação do emprego da técnica de análise discriminante às necessidades dos problemas de pesquisa apresentados nas teses e dissertações. Foi também aferido o nível de acerto no atendimento de suas premissas. De forma geral, os resultados sugerem a necessidade de um aumento do comprometimento dos pesquisadores na verificação de todos os preceitos teóricos de aplicação da técnica de análise discriminante.

Boa leitura

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto

Editores Universidade FUMEC

***Dear Researchers, Academics, Managers and Business Community***

The Revista de Administração FACES Journal began the year 2010 with the classification B3, in the Qualis of CAPES, in the business area. Besides that, it was also subjected to various indexes, as shown on the website.

In the first article submitted Josivania Farias, Michelle Farias and Tomas Guimarães discuss the role of a social network in the traffic information and on the transfer of knowledge within the organization. Using the approach of the Social Network Analysis (SNA), it was made a descriptive, quantitatively and qualitatively case study. The data collection was performed in 2007, involving 18 employees of an organizational unit from a federal public bank. The authors concluded that the network studied stimulate transfer processes of organizational knowledge

Following, Pedro Legey Júnior, Lamounier Vilela and José Geraldo Barbosa, make a contribution to investment decisions, using a methodology that allows the measuring the intangible corporate assets. They used Fuzzy logic to quantify the perception of the groups on indicators and reduce the uncertainties arising from natural language. The methodology was applied to a large shipping company, to measure their indicators of human capital, structural and relationship in your area of information technology. The results represented a support for decision making on investments in intangible assets. The periodic application of the methodology will evaluate the effects of management decisions in other moments, contributing to the planning, management control and valuation of intangible assets of the company. The authors show that the results are specific to the company studied, but validated the application and use of the methodology in other companies.

Fábio Pádua Júnior, Paulo Prado, Danielle da Silva and Flávio Souza present "The behavior of young people in the adoption of innovation". They analyzed how the introduction of new features, generally considered complex, affect the adoption of high technology products by consumers. Therefore, it was evaluated the relationship between personal characteristics and the interpersonal influences on consumers, mediated by the difficulty of the decision on the adoption of technological innovations in mobile handset. Field research had two stages. In the first, were made in-depth interviews with consumers and professionals in the mobile area. The second step was a quantitative survey with 303 college students, aged between 17 and 25 years, who had a cell phone. The results indicate that the independent variables analyzed had a big influence on the adoption of the new generation mobile. The moderator variable, difficulty on the decision, didn't show a very strong influence on the adoption of these innovations.

Takeshy Tachizawa presents a social-environment data architecture for diagnosis of organizations in terms of economic sustainability. He proposes a model of social-environmental indicators based on empirical research, developed by the grounded theory method. These indicators reflect the stage of sustainability in which the company is analyzed, and also subsidized the socio-environmental mapping from different economical segments of the Brazilian business universe. The architecture, structured with the support of information technology resources, enables the planning decisions on the social-environmental management of their supply chain

José Celso Contador, Celso Rimoli and José Luiz Contador examine theoretically the

determinants of competitiveness of the product and business, essential to the development of competitive strategies aimed at obtaining and sustaining competitive advantage. They show that the company must differentiate its offer to gain and maintain competitive advantage, differentiating your product, and / or its service in the traditional sense. Thus, a company must: 1) differentiate your product in defining which fields will compete in each segment; and 2) choose the weapons of competition and intensity that each one will be used. To achieve this goal, it was necessary to use the concepts from field of competition, weapon of competition, setting the fields of competition, supporting field, supporting product and product-market pair. As an innovative proposal always arouses doubt, is shown the process of validating the model of Campus and Weapons of Competition and are discussed its universality, consistency and completeness.

In "Interpretative methods in administration: implications for researchers", Sandra Pinto, Agilberto Freitas and Paulo Maisonave show that in the process of conducting a research, researchers seek to understand the relationship between concepts, proposing and testing hypotheses or generate new propositions. Another issue that plagues researchers, especially those in early stages of research, is how to ensure sufficient knowledge to be able both to identify a research problem, and how to generate testable hypotheses. The article attempts to reflect on what alternatives there are to do research as opposed to the traditional

approach. Therefore, they compared two interpretative approaches: phenomenology and grounded theory. Given their similarities and differences, they tried to formulate thoughts on two topics: the differences and similarities between the traditions presented and the implications for researchers in the "doing" interpretive research.

Finally, in "Evaluation of the technical use of discriminant analysis in theses and dissertations of some institutions of higher education", Leandro Prearo, Maria Aparecida Gouvêa and Carolina Monari make a comprehensive study to assess the suitability in the use of multivariate statistical techniques in theses and dissertations of some institutions of higher education in the subject of consumer behavior, between 1997 and 2006. The authors analyzed the appropriateness of the technical use of discriminant analysis to the needs of research problems presented in the theses and dissertations. Was also measured the level of success in meeting their premises. Overall, the results suggest the need for an increased commitment of researchers to verify all theoretical rules of application of the technique of discriminant analysis.

Good reading

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho  
Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira  
Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto  
Editores Universidade FUMEC

## Sumário

### ADMINISTRAÇÃO DO CONHECIMENTO

#### 11 ANÁLISE SOCIOMÉTRICA DE UMA REDE TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO. Josivania Silva Farias, Michelle Nascimento De Farias, Tomás de Aquino Guimarães

*O artigo discute o papel de uma rede social no tráfego de informações e na transferência de conhecimento intra-organizacional, a partir da abordagem da Análise de Redes Sociais (ARS). Esta abordagem foi escolhida devido à sua contribuição às investigações de estruturas sociais – ambiente onde existe troca de conhecimento. A pesquisa é um estudo de caso descritivo, quantitativo e qualitativo e a coleta de dados foi realizada em 2007, envolvendo 18 funcionários de uma unidade organizacional de um banco público federal. A análise dos dados foi feita com o apoio dos softwares UCINET 6.0 for Windows e o NetDraw 2.1. Os principais resultados mostraram um tipo especial de rede estratégica com grupos integrados, geridos por um ator central que mantém a rede unida. A estrutura da rede está associada com as atividades desempenhadas pelos envolvidos na rede. Foi possível concluir que a rede estudada impulsiona processos de transferência de conhecimento organizacional.*

### ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

#### 33 METODOLOGIA FUZZY PARA AVALIAÇÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS EMPRESARIAIS. Pedro Paulo Silva Legey Júnior, Lamounier Erthal Villela, José Geraldo Pereira Barbosa

*O objetivo desse artigo é apresentar uma metodologia que permita quantificar os ativos intangíveis empresariais, a fim de contribuir nas decisões sobre investimentos. Para tanto, a metodologia desenvolvida foi aplicada em grande empresa de navegação para medir seus indicadores de capital humano, estrutural e de relacionamento em sua área de tecnologia da informação. A Lógica Fuzzy foi empregada para quantificar a percepção dos grupos sobre os indicadores e reduzir as incertezas oriundas da linguagem natural. Os resultados representaram um apoio para tomadas de decisão sobre investimentos em ativos intangíveis. A aplicação periódica da metodologia permitirá avaliar os efeitos das decisões dos gestores em outros momentos, contribuindo para o planejamento e controle gerencial, e colaborando para a valorização dos ativos intangíveis da empresa. Os resultados obtidos são específicos da empresa estudada, mas validaram a aplicação e o uso da metodologia em outras empresas.*

### ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

#### 53 O COMPORTAMENTO DOS JOVENS NA ADOÇÃO DE INOVAÇÕES. Fábio Pimenta Pádua Júnior, Paulo Henrique Müller Prado, Danielle Mantovani Lucena da Silva, Flávio Freire Souza

*Esta pesquisa visa a analisar como a introdução de novos atributos, geralmente considerados complexos, afeta a adoção de produtos de alta tecnologia pelos consumidores. Para tanto, foram avaliadas as relações existentes entre as características pessoais e as influências interpessoais dos consumidores, mediadas pela dificuldade da decisão, na adoção de inovações tecnológicas em aparelhos de telefone celular, consoante o paradigma de difusão de inovações entre consumidores de Gatignon e Robertson (1991). A pesquisa de campo teve duas etapas. A primeira foi qualitativa, com entrevistas em profundidade com consumidores e profissionais da área de telefonia móvel. A segunda etapa foi uma pesquisa quantitativa com 303 estudantes universitários, com idades entre 17 e 25 anos e que possuíam telefone celular. Os resultados indicam que as variáveis independentes analisadas tiveram muita influência na adoção de celulares da nova geração. A variável moderadora dificuldade da decisão demonstrou uma influência não muito forte na adoção dessas inovações.*

### ADMINISTRAÇÃO SÓCIOAMBIENTAL

#### 73 DESENVOLVIMENTO SOCIAL E AMBIENTAL: ARQUITETURA DE DADOS DE SUSTENTABILIDADE BASEADA EM PESQUISA EMPÍRICA. Takeshy Tachizawa

*O trabalho apresenta uma arquitetura de dados socioambientais para diagnóstico das organizações em termos de sustentabilidade econômica. É proposto um modelo de base de dados de indicadores socioambientais, fundamentado em pesquisa empírica, desenvolvida pelo método grounded theory. A ênfase da grounded theory é o aprendizado a partir dos dados (interativa e indutiva), e não a partir de uma visão teórica existente (dedutiva). Tais indicadores, além de refletir o estágio de sustentabilidade em que se encontra a empresa analisada, subsidiariam o mapeamento socioambiental dos diferentes segmentos econômicos do universo empresarial brasileiro. A arquitetura, estruturada com o suporte de recursos das tecnologias da informação possibilitaria o planejamento de decisões inerentes à gestão socioambiental de sua cadeia produtiva.*



## ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

**95** CONDICIONANTES DA COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL. José Celso Contador, Celso Augusto Rimoli, José Luiz Contador

*Este trabalho examina teoricamente os fatores determinantes da competitividade do produto e do negócio, imprescindíveis à elaboração de estratégias competitivas que visam à obtenção e sustentação de vantagens competitivas. Esse tema é objeto tanto da área de marketing estratégico quanto da de estratégia empresarial. Nas duas áreas, há um ponto de consenso que afirma que a empresa deve diferenciar sua oferta para conquistar e manter vantagem competitiva. Mas, os estudos conduzidos por meio do modelo de Campos e Armas da Competição revelaram que a empresa pode diferenciar seu produto e/ou serviço de modo mais amplo, levando em consideração, na formulação da sua estratégia competitiva, também o campo da competição, quer do produto, quer dela própria. Assim, o objetivo deste artigo é evidenciar que, para a empresa ser competitiva, além de diferenciar seu produto e/ou seu serviço no sentido tradicional, ela precisa: 1) diferenciar seu produto incluindo a definição em quais campos vai competir em cada segmento; e 2) escolher as armas da competição que irá utilizar e definir a intensidade de cada arma. Para atingir tal objetivo, foram necessários vários conceitos do modelo de Campos e Armas da Competição: campo da competição, arma da competição, tese do modelo, configuração dos campos da competição, campo coadjuvante, produto coadjuvante e par produto-mercado. Como uma proposta inovadora sempre desperta dúvida, é mostrado o processo de validação do modelo de Campos e Armas da Competição e são discutidas sua universalidade, consistência e completude.*

## ADMINISTRAÇÃO DA PESQUISA

**115** MÉTODOS INTERPRETATIVISTAS EM ADMINISTRAÇÃO: IMPLICAÇÕES PARA PESQUISADORES. Sandra Regina Rocha-Pinto, Angilberto Sabino Freitas, Paulo Roberto Maisonnave

*O pesquisador, no processo de condução de uma pesquisa, busca: entender a relação entre conceitos, propor e testar hipóteses ou gerar novas proposições. Mas, o que é teoria em ciências sociais? Outra questão que aflige os pesquisadores, principalmente aqueles em*

*estágios iniciais de pesquisas, é: como garantir o conhecimento suficiente para ser capaz tanto de identificar um problema de pesquisa quanto de gerar hipóteses testáveis? Essas questões convidam a refletir sobre que alternativas há para se fazer pesquisa em contraponto à abordagem tradicional, e esse é o objetivo desse ensaio. Para tanto, buscou-se: a) comparar duas abordagens interpretativistas: a fenomenologia e a grounded theory; b) buscar suas semelhanças e diferenças para, então; c) formular reflexões em dois eixos temáticos: as divergências e convergências entre as tradições apresentadas e as implicações para o pesquisador no "fazer" pesquisa interpretativista.*

**129** AVALIAÇÃO DO EMPREGO DA TÉCNICA DE ANÁLISE DISCRIMINANTE EM TESES E DISSERTAÇÕES DE ALGUMAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR. Leandro Campi Prearo, Maria Aparecida Gouvea, Carolina Monari

*Este artigo faz parte de um amplo estudo de avaliação da adequação no uso de técnicas estatísticas multivariadas em teses e dissertações de algumas instituições de ensino superior na área de marketing na temática do comportamento do consumidor entre 1997 e 2006. Neste artigo, é focalizada a análise discriminante, uma técnica com grande potencial de uso em estudos de marketing. Foi objetivo deste trabalho a análise da adequação do emprego desta técnica às necessidades dos problemas de pesquisa apresentados nas teses e dissertações e a aferição do nível de acerto no atendimento de suas premissas. De forma geral, os resultados sugerem a necessidade de um aumento do comprometimento dos pesquisadores na verificação de todos os preceitos teóricos de aplicação da técnica de análise discriminante.*

## Contents

### ADMINISTRAÇÃO DO CONHECIMENTO

#### **11** SOCIOMETRIC ANALYSIS OF A NETWORK OF KNOWLEDGE TRANSFER. Josivania Silva Farias, Michelle Nascimento De Farias, Tomás de Aquino Guimarães

*The article aimed to discuss the role of a social network on information flow and intra-organizational knowledge transfer, supported by the Social Network Analysis approach. This approach was chosen due to its contribution to social structures investigation – environment where there exists knowledge exchange. The research is a descriptive case study, both quantitative and qualitative and the data collection was undertaken in 2007 involving 18 staff members working at an organizational unit that belongs to a Brazilian governmental bank. Data analysis was done with the support of UCINET 6.0 for Windows and NetDraw 2.1 software. The main results shown a special kind of strategic network with integrated groups managed by a central actor that keeps the united network. The network structure is associated with the activities and the jobs of those people involved in the network. It was possible to conclude that the network studied pushes organizational knowledge transfer processes.*

### ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

#### **33** FUZZY METHODOLOGY FOR INTANGIBLE ASSETS EVALUATION. Pedro Paulo Silva Legey Júnior, Lamounier Erthal Villela, José Geraldo Pereira Barbosa

*This research intends to present a method to measure the perception of managers and employees over the performance of intangible assets (human, structural and relationship capital). The method was already tested in the Information Technology Department of a large company in the shipping industry, by comparing the responses of managers and system analysts. In order to offset the problems associated to natural language, Fuzzy logic was applied in the performance measurement process. The output of the method - strengths, weaknesses and critical factors - represents relevant information for decision taking' processes related to intangible assets investments. The systematic application of the method makes possible the evaluation of managers' decisions in different moments, contributing to the planning and control activities of managers and putting the intangible assets in a right perspective. Although the results are specific to the researched company, they helped to validate the method.*

### ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

#### **53** THE YOUNG PEOPLE BEHAVIOR IN THE ADOPTION OF INNOVATIONS. Fábio Pimenta Pádua Júnior, Paulo Henrique Müller Prado, Danielle Mantovani Lucena da Silva, Flávio Freire Souza

*The aim of this study is to analyze how the introduction of new attributes, generally considered complex, affects the adoption of high technology products by consumers. As such, the relationships between personal characteristics and the interpersonal influences of consumers have been evaluated, considering the difficulties of decision making in the adoption of technological innovations in cellular phones. There were two stages to the field research: the first was qualitative, with in-depth interviews with consumers and professionals in the field of cellular telephones; the second was quantitative, involving 303 university students aged 17 to 25 who owned a cellular phone. The results obtained show that the independent variables analyzed had a great deal of influence on the adoption of new generation telephones. The moderating variable "Difficulty to Decide" had a relatively heavy influence on the adoption of innovations in cellular phones.*

### ADMINISTRAÇÃO SÓCIOAMBIENTAL

#### **73** SUSTENABILITY AND ACCOUNTABILITY: PROPOSAL OF SOCIAL AND ENVIRONMENTAL DIAGNOSTIC MODEL BASED IN EMPIRICAL SURVEY. Takeshy Tachizawa

*It presents an architecture of data for diagnosis of social and environmental of organizations in terms of economic sustainability. It proposed a model of the database of indicators of social differentiation of costs, based on empirical research, developed the method grounded theory. The emphasis of grounded theory is that learning from the data (interactive and inductive), and not from a theoretical vision existing (deductive). Such indicators, and reflect the stage of sustainability where the company tested, signaling the mapping of different socio economic segments of the Brazilian business universe. The architecture, structured with the support of information technology resources would allow the planning decisions inherent in the management of social costs of their production chain.*

## ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

**95** CONSTRAINTS OF THE BUSINESS COMPETITIVENESS. José Celso Contador, Celso Augusto Rimoli, José Luiz Contador

*The work theoretically examines the determinant factors of product and business competitiveness that are indispensable to the elaboration of competitive strategies aimed at obtaining and sustaining competitive advantages. This subject is related to both strategic marketing and corporate strategy. In these two areas it is unanimously accepted that a company must differentiate its offer to conquest and maintain competitive advantage. However, studies conducted by the Fields and Weapons of the Competition Model revealed that a company can differentiate its product or service more effectively by considering, in the strategy formulation process, the product's and/or company's fields of competition too. Thus, the goal of this paper is to evidence that, to be competitive, in addition to differentiating its product or service, a company must: 1) differentiate its product including the definition of the fields where it will compete in each segment; and 2) choose the weapons of competition it will use defining the intensity of each weapon. To reach the objective the article, many concepts related to the Fields and weapons of the competition model are necessary, such as field of competition, weapon of competition, thesis of the model, fields of competition configuration, supporting field, supporting product, and product-market pair. As an innovative proposal always raises doubts, we present the validation process the Fields and Weapons of the Competition Model and discuss its universality, consistency, and completeness.*

*researchers, especially beginners, in the early stages of research, is: How could someone have sufficient knowledge to be able both to identify a problem as generating hypotheses? These issues call to reflect on what alternatives there are to do research in contrast to the traditional approach, and that is the objective of this essay. In order to do that is proposed: a) compare two interpretative approaches: the phenomenology and the grounded theory b) look for their similarities and differences, then, c) make reflections on two thematic subjects: the differences and similarities between the traditions and the implications for the researcher in the "how" to make interpretative research.*

**129** EVALUATION OF USE OF THE TECHNIQUE OF DISCRIMINANT ANALYSIS ON THESES AND DISSERTATIONS OF SOME HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS. Leandro Campi Prearo, Maria Aparecida Gouvea, Carolina Monari

*This paper is part of a large study to assess the adequacy of the use of multivariate statistical techniques in theses and dissertations of some higher education institutions in the area of marketing in the theme of consumer behavior from 1997 to 2006. The discriminant analysis is focused on in this paper, a technique with great potential of using in marketing studies. The objective of this study was to analyze whether the employment of this technique suits the needs of the research problem presented in these theses and dissertations as well as to evaluate the level of meeting of its assumptions. Overall, the results suggest the need for more involvement of researchers in the verification of all the theoretical precepts of application of the technique of discriminant analysis.*

## ADMINISTRAÇÃO DA PESQUISA

**115** INTERPRETATIVE METHODS IN ADMINISTRATION: IMPLICATIONS FOR RESEARCHERS. Sandra Regina Rocha-Pinto, Angilberto Sabino Freitas, Paulo Roberto Maisonave

*The researcher, in the process of conducting a research, pursues: understanding the relationship between concepts, propose and test hypotheses likely to change old theories or generate new propositions to explain the phenomenon under investigation. But what is a theory in social sciences? Another issue that afflicts the*