

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

FACES

JOURNAL

TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO

MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION

www.fumec.br/publicacoes/revistas

Publicação Trimestral da
Faculdade de Ciências Empresariais
Universidade FUMEC



Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. • Belo Horizonte v. 14 • n. 1 • p. 1-151 • jan./mar. 2015

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Pedro Arthur Vítter

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor: Prof. Doutor Eduardo Martins de Lima
Vice-reitora: Profa. Guadalupe Machado Dias
Pró-reitora de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão: Prof.: Cid Gonçalves Filho
Pró-reitor de Graduação: Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues
Pró-Reitora de Planejamento e Administração: Profa. Guadalupe Machado Dias

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

Henrique Cordeiro Martins, Universidade FUMEC – Editor Geral
Cid Gonçalves Filho, Universidade FUMEC
Luiz Claudio Vieira de Oliveira, Universidade FUMEC

EDITORES ASSOCIADOS

Prof. Marco Túlio Freitas, Universidade FUMEC
Carlos Alberto Gonçalves, Universidade FUMEC

CONTATO PRINCIPAL**Henrique Cordeiro Martins**

Professor Doutor
Universidade Fumec
Av. Afonso Pena 3880 - 1º andar - Bairro Cruzeiro
30310-009 - Belo Horizonte - MG
E-mail: faces@fumec.br

CONTATO PARA SUPORTE TÉCNICO

Renata Keller Silva de Abreu
E-mail: renata.ksa@fumec.br

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO NACIONAL

Edson Luiz Riccio, FEA/USP
Antonio Balloni, CENPRA/MICT
Oscar Dalfovo, Universidade Regional de Blumenau
Marília Damiani Costa, UFSC
Ricardo Teixeira Veiga, CEPEAD/UFMG
Mauro Calixta Tavares, Mestrado/FCHPL
Antônio Artur de Souza, CEPEAD/UFMG
Eduardo André Teixeira Ayrosa, EBAP/FGV/RJ
Sérgio Carvalho Benício de Melo, PPGA/UFPE
Sergio Henrique A. C. Forte, UNIFOR - CE
Rodrigo Bandeira de Melo, Univale/SC
Jorge Ferreira da Silva, IAG/PUC-RJ
Sérgio Bulgacov, CEPPAD/UFPR

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Thomas Brashear, UMASS
Luc Quoniam, Université du Sud Toulon-Var
David Bruce, Institute of International Business
Jürgen Müller, Berlin School of Economics
César Archuby, Universidad de La Plata
Armando Malheiro, Universidade do Porto
Gustavo Guzman, Griffith University
Suzana Braga Rodrigues, Erasmus University Rotterdam

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 Juvencio 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, IBMEC-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 Ibmecc RJ, Brasil

FACES. Revista de Administração - v. 14, n. 1, 2015
Belo Horizonte / MG: FUMEC.

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)

Periodicidade: trimestral

Data de início da circulação: 1º semestre 2000

Versão virtual integral: www.fumec.br/publicacoes/revistas

Indexação:

CAPIES - Portal Periódicos

DOAJ - Directory of Open Access Journals

EBSCO - Host

E-Revistas - La Plataforma Open Access de Revistas Científicas Electrónicas
Españolas y Latinoamericanas

IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

ISI Web of Knowledge

Latindex - Sistema regional de información en línea para revistas científicas
de América Latina, el Caribe, España y Portugal

PKP - Public Knowledge Project

REDALYC - Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España
y Portugal

Sumários.org

Revisor: Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Projeto gráfico e editoração: Alex Andrade - alex@artediagramacao.com.br

Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG
www.fumec.br/publicacoes/revistas - 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 mais de 45 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 15 mil alunos e 500 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 multimídia, apoio de informática, laboratórios nas diversas áreas, auditórios, anfiteatro, ginásio poliesportivo e três bibliotecas com acervo de mais de 90 mil volumes.

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

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

Prezados leitores, temos a grata satisfação de publicar mais um volume da Revista Faces Journal. Como de costume, procurando cobrir vários campos dos estudos organizacionais, apresentamos, na presente edição, artigos sobre temas atuais e instigantes, os quais permeiam as atividades acadêmicas e gerenciais. Esperamos, assim, que os textos aqui publicados possam contribuir para a pesquisa científica e para as práticas gerenciais, de forma significativa.

Os artigos que compõem este número são:

Mensurando a invariância dos benefícios relacionais entre brasileiros e canadenses

Marcio de Oliveira Mota, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes.

Modelo diagnóstico de governança corporativa em cooperativas de saúde

Rafael Heliton Pereira Vilela, Serafim Firmo de Souza Ferraz, Sofia Batista Ferraz.

O paradoxo das distâncias psíquica, cultural e geográfica

Paulo César Torres Rodrigues, Emanuel Lucas de Almeida Bezerra, Natália Falcão Cavalcante.

Estratégias de não mercado: uma revisão integrativa

Murialdo Loch, Helen Fischer Günther.

Design Research: Aplicações práticas e lições aprendidas

José Carlos da Silva Freitas Junior, Lisiane Machado, Amarolinda Zanela Klein, Angilberto Sabino de Freitas.

Valores pessoais e de sentido de vida: um estudo com participantes de programa de mobilização social

Andrea Marcia Moreira, Silvia Marcia Russi De Domenico.

Abordagem multinível em redes: análise da produção científica

Paula Maines Silva.

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Editores da Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

Dear readers, we have the pleasure to publish one more volume of Faces Journal. In order to cover many fields of organizational studies, as usual, in this edition we present articles addressing current issues and thought provoking, which address academic and managerial activities. We hope that the texts here presented could contribute significantly both to the scientific research and to managerial practices.

The articles included in this issue are:

Measurement invariance in relational benefits across Brazilian and Canadian consumers
Marcio de Oliveira Mota, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes.

Diagnosis model of corporate governance in cooperatives health
Rafael Heliton Pereira Vilela, Serafim Firmo de Souza Ferraz, Sofia Batista Ferraz.

The paradox of psychic, cultural and geographical distances
Paulo César Torres Rodrigues, Emanuel Lucas de Almeida Bezerra, Natália Falcão Cavalcante.

Nonmarket strategies: an integrative review
Murialdo Loch, Helen Fischer Günther.

Design research: practical applications and lessons learned
José Carlos da Silva Freitas Junior, Lisiane Machado, Amarolinda Zanela Klein, Angilberto Sabino de Freitas.

Personal values and meaning of life values: a study of participants of a social mobilization program

Andrea Marcia Moreira, Silvia Marcia Russi De Domenico.

Multilevel approach in networks: analysis of scientific production
Paula Maines Silva.

Good read,
Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins
Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira
Editors Revista de Administração FACES
Journal - Universidade FUMEC

MARKETING

08 MENSURANDO A INVARIÂNCIA DOS BENEFÍCIOS RELACIONAIS ENTRE BRASILEIROS E CANADENSES. Marcio de Oliveira Mota, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes

Este estudo tem como objetivo analisar o relacionamento dos benefícios relacionais e seus consequentes entre consumidores brasileiros e canadenses. O estudo compreendeu uma pesquisa transnacional e descritiva de natureza quantitativa. A pesquisa de campo foi realizada junto a 297 brasileiros e 207 canadenses. Os dados coletados foram submetidos a testes estatísticos por meio de medidas de invariância e modelagem em equações estruturais, no intuito de testar o modelo teórico proposto. Os resultados indicam que o modelo proposto é estatisticamente invariante, permitindo comparações entre diferentes nações. Os resultados obtidos poderão ser úteis no estreitamento de laços empresariais entre o Brasil e o Canadá.

ORGANIZAÇÕES

28 MODELO DIAGNÓSTICO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA EM COOPERATIVAS DE SAÚDE. Rafael Heliton Pereira Vilela, Serafim Firmo de Souza Ferraz, Sofia Batista Ferraz

Este estudo propõe um modelo diagnóstico para avaliar o nível de consolidação das práticas de Governança Corporativa em organizações cooperativas operadoras de planos de saúde, uma configuração organizacional de elevada complexidade, marcada por paradoxos resultantes da convivência de uma ideologia associativista, solidária e democrática com a noção de resultados. O modelo por pontos tem concepção “polifatorial” e multinível, decompondo-se em dimensões e itens de verificação que correspondem às melhores práticas nos campos teóricos da Governança Corporativa, das organizações cooperativistas que atuam em serviços de cuidados da saúde, avaliadas segundo níveis de desenvolvimento de práticas de excelência. Composto pesquisa analítica e metodológica, o modelo foi testado em três cooperativas operadoras de planos de saúde, mediante análise documental e de entrevistas es-

truturadas com dirigentes, indicando melhorias do próprio modelo, ao mesmo tempo em que sugere validade e pertinência do modelo como orientador da tomada de decisões em projetos de desenvolvimento e mudança organizacional.

ESTRATÉGIA

49 O PARADOXO DAS DISTÂNCIAS PSÍQUICA, CULTURAL E GEOGRÁFICA. Paulo César Torres Rodrigues, Emanuel Lucas de Almeida Bezerra, Natália Falcão Cavalcante

O presente artigo tem como objetivo avaliar a influência da distância psíquica, cultural e geográfica sobre o processo de internacionalização das empresas cearenses. Dessa forma, realizou-se breve análise acerca do comércio exterior do estado do Ceará, durante os anos de 2010, 2011 e 2012, com o fito de avaliar o nível de influência dessas percepções sobre as exportações cearenses. Utilizou-se o método analítico descritivo, fundamentado em pesquisa bibliográfica e em dados secundários. O resultado revela que outros fatores podem influenciar a internacionalização das empresas além das variáveis retro mencionadas, sinalizando que o paradoxo mencionado em pesquisas internacionais não se aplica ao mercado exportador do estado do Ceará.

ESTRATÉGIA

80 ESTRATÉGIAS DE NÃO MERCADO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA. Murialdo Loch, Helen Fischer Günther

Este estudo aborda um assunto recorrente em países emergentes, mas pouco discutido na academia: Estratégia de Não Mercado (ENM). Tem o objetivo de identificar as questões teóricas centrais presentes no debate dos estudos sobre ENM. Realizou-se uma revisão sistemática do tipo integrativa, com a seleção de onze publicações (teses e dissertações) que constituem o portfólio estudado. Os estudos são classificados em quatro categorias centrais: desempenho, tomada de decisão, contexto e ambiente regulado. Pode-se concluir que estratégias de não mercado têm se mostrado eficazes para a obtenção dos resultados pelas empresas. Emergem daí

aspectos operacionais específicos, tais como lobby, influência empresarial no ambiente político, estrutura de propriedade acionária, o desejo empresarial de autorregulação e financiamentos de campanhas políticas. Tais descobertas desafiam o senso comum sobre o comportamento político nas empresas. Além disso, minimizam a tensão sadia entre as esferas em que se estrutura a sociedade, tangenciando a legalidade e a ilegalidade.

ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

95 DESIGN RESEARCH: APLICAÇÕES PRÁTICAS E LIÇÕES APRENDIDAS. José Carlos da Silva Freitas Junior, Lisiane Machado, Amarolinda Zanela Klein, Angilberto Sabino de Freitas

O objetivo deste artigo é discutir a Design Research, um método ainda pouco conhecido e utilizado em Administração, à luz de duas aplicações práticas, que tratam do desenvolvimento de competências de gestão apoiados em tecnologias virtuais. O primeiro estudo voltou-se ao desenvolvimento da competência de liderança no ensino de graduação, considerando-o como propício à eficácia do líder; o segundo avalia a possibilidade de desenvolvimento da competência intercultural no ensino de pós-graduação. Em ambos, foram desenvolvidos e aplicados artefatos, em forma de métodos de capacitação, para o desenvolvimento dessas competências, utilizando-se um Mundo Virtual 3D (MV3D). Os resultados encontrados indicam a Design Research como uma abordagem adequada para verificar como as competências podem ser estudadas e desenvolvidas na prática. Além do mais, este artigo aponta caminhos aos pesquisadores que desejam aplicar o método, trazendo um novo enfoque para se fazer pesquisa em Administração.

COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

117 VALORES PESSOAIS E DE SENTIDO DE VIDA: UM ESTUDO COM PARTICIPANTES DE PROGRAMA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL.

Andrea Marcia Moreira, Silvia Marcia Russi De Domenico

Este estudo, de natureza descritivo-exploratória, utilizando métodos quantitativos, teve como obje-

tivo verificar se existem diferenças na importância dos valores pessoais e de sentido de vida dos empregados de uma empresa, em função do tipo de participação que assumem no programa de mobilização social implementado pela organização. Valores pessoais e valores de sentido de vida são definidos como metas desejáveis e trans-situacionais, que variam em importância e servem como princípios gerais na vida de uma pessoa, sendo, os últimos, princípios orientadores, especificamente associados à missão que os indivíduos assumem em suas existências. Empregados de uma instituição financeira privada responderam a instrumento formado por questionários já validados em estudos anteriores, originando uma amostra final não probabilística de 437 casos válidos. A análise de variância mostrou que o grupo de empregados, responsáveis por atividades de maior amplitude no programa, inclusive de visitas aos municípios com projetos aprovados, atribui maior importância a valores pessoais de estimulação e de universalismo e menor a valores relacionados à manutenção do status quo, além de apresentarem diferenças estatisticamente significativas no que diz respeito ao valor de sentido de vida de Evolução Espiritual.

ESTRATÉGIA

141 ABORDAGEM MULTINÍVEL EM REDES: ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA.

Paula Maines Silva

No estudo de organizações, o interesse por redes não é algo incipiente, mas a utilização do método multinível para estudar as redes é pouco explorada. A partir desse contexto, este artigo visou a analisar as publicações sobre pesquisa de multinível em redes. Foi realizada uma revisão dos artigos publicados na EBSCO, sem período especificado, e verificou-se que a que a abordagem principal dos artigos engloba relações nas redes, desempenho, redes sociais, capital social, conflito, aprendizagem, competitividade e utilização do método para analisar as redes de uma forma geral. O principal resultado encontrado foi que há uma lacuna nas pesquisas brasileiras para desenvolverem esse método, tendo em vista que não foi localizada nenhuma produção utilizando multinível.