

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. 4 • p. 1-166 • out./dez. 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

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
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. 4, 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:

CAPES – 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 multimeios, 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:

Efeito subprime na distribuição de dividendos em Portugal

Luís António Gomes Almeida, Fernando Oliveira Tavares, Elisabeth Teixeira Pereira

Posicionamento estratégico de uma organização hospitalar sob a ótica da organização industrial

Luiz Claudio Louzada, Dimitri Pinheiro de Sant`Anna, Márcio Augusto Gonçalves

Valores relativos ao trabalho: testando a invariância e as diferenças de média entre os gêneros

Ani Caroline Grigion Potrich, Kelmara Mendes Vieira, Vania de Fátima Barros Estivaleta, Taís de Andrade

O conteúdo das disciplinas de estratégia nos programas de pós-graduação *Stricto Sensu* em administração no Brasil

Eduardo Guedes Villar, Silvana Anita Walter

Teoria do prospecto: evidências aplicadas em finanças comportamentais

Thiago de Sousa Barros, Israel José dos Santos Felipe

Características do trabalho valorizadas por trabalhadoras de diferentes faixas etárias
Patrícia Moreira da Rocha Amaral de Souza, Ana Luiza Szuchmacher Verissimo Lopes, Adriana Victoria Garibaldi de Hilal

Motivação e confiabilidade humana: uma análise da percepção do indivíduo
Charles Santos Batista, Jair Nascimento Santos

O processo de criação de valor compartilhado
Siqueira Morais Neto, Dyogo Neis, Maurício Fernandes Pereira

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:

Subprime effect on the distribution of dividends in Portugal

Luís António Gomes Almeida, Fernando Oliveira Tavares, Elisabeth Teixeira Pereira

Strategic positioning of a hospital based on industrial organization framework

Luiz Claudio Louzada, Dimitri Pinheiro de Sant`Anna, Márcio Augusto Gonçalves

Work values: testing for measurement equivalence and factor mean differences across genders
Ani Caroline Grigion Potrich, Kelmara Mendes Vieira, Vania de Fátima Barros Estivaleta, Taís de Andrade

The content of strategy disciplines in post-graduate programs in management in Brazil

Eduardo Guedes Villar, Silvana Anita Walter

Prospect theory: applied evidence in behavioral finance

Thiago de Sousa Barros, Israel José dos Santos Felipe

Work characteristics that are valued by female

workers of different age ranges

Patrícia Moreira da Rocha Amaral de Souza, Ana Luiza Szuchmacher Verissimo Lopes, Adriana Victoria Garibaldi de Hilal

Motivation and human reliability: an analysis of individual perception

Charles Santos Batista, Jair Nascimento Santos

The process of creating shared value

Siqueira Morais Neto, Dyogo Neis, Maurício Fernandes Pereira

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

FINANÇAS

09 EFEITO SUBPRIME NA DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS EM PORTUGAL Luís António Gomes Almeida, Fernando Oliveira Tavares, Elisabeth Teixeira Pereira

A política dos dividendos é um dos temas que têm concebido mais trabalhos teóricos e empíricos na área das finanças empresariais, pois dividendos são considerados uma das decisões financeiras e empresariais mais importantes na vida das empresas, estando associados às políticas de investimento e de financiamento, ainda que seus determinantes não sejam de escolha unânime. No intuito de dar mais um contributo na resolução dessa problemática, testam-se empiricamente o efeito subprime com a inclusão de uma dummy, e outros determinantes financeiros, pela aplicação do método de regressão linear múltipla às empresas não financeiras cotadas na Euronext Lisbon, no período de 1997 e 2013. Os resultados sugerem a influência do valor de mercado, resultados e rentabilidade, oportunidades de crescimento e de investimento no montante de dividendos distribuídos pela empresa.

ESTRATÉGIA

26 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DE UMA ORGANIZAÇÃO HOSPITALAR SOB A ÓTICA DA ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL Luiz Claudio Louzada, Dimitri Pinheiro de Sant'Anna, Márcio Augusto Gonçalves

Este artigo aplica o arcabouço da Organização Industrial no setor hospitalar da Grande Vitória. Utiliza-se do paradigma Estrutura-Condução-Desempenho, desenvolvido por Scherer e Ross (1990), para mapear a estrutura e analisar o ambiente de concorrência no setor hospitalar da Grande Vitória. Na estruturação do trabalho, foi utilizada a seguinte sequência de análise: (1) análise socioeconômica; (2) evolução do setor; (3) ambiente de concorrência. Por conseguinte, com base no modelo de Michael Porter (1986), são descritos os fatores predominantes no setor hospitalar, os quais serviram para posicionar o HSPI no setor hospitalar da Grande Vitória. O resultado da análise consiste em uma sugestão de três focos estratégicos possíveis para o reposicionamento do HSPI no mer-

cado da Grande Vitória, destacando, em cada uma das opções, as principais vantagens e desvantagens.

RECURSOS HUMANOS

43 VALORES RELATIVOS AO TRABALHO: TESTANDO A INVARIÂNCIA E AS DIFERENÇAS DE MÉDIA ENTRE OS GÊNEROS Ani Caroline Grigion Potrich, Kelmara Mendes Vieira, Vania de Fátima Barros Estivalete, Taís de Andrade

Este estudo tem como objetivo desenvolver um modelo de valores relativos ao trabalho, testando sua invariância para o gênero e verificar a existência de diferenças entre homens e mulheres. Para tal, realizou-se uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo, do tipo survey. O instrumento preenchido por 958 discentes foi baseado na Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R), de Porto e Pilati (2010), composta por seis fatores. Considerando o modelo proposto e por meio da modelagem de equações estruturais, encontrou-se que o modelo de mensuração é variante entre os gêneros. Ao estimar as diferenças de média, constatou-se que os indivíduos do gênero feminino demonstram maior importância aos fatores Autodeterminação e Estimulação, Universalismo e Benevolência, Realização e Poder, do que os indivíduos do gênero masculino, sendo que o fator Poder apresentou a maior diferença significativa entre os grupos. Os resultados sugerem a relevância de se considerar os valores como variáveis promissoras para a compreensão de perspectivas subjetivas em relação ao comportamento dos indivíduos nas organizações, podendo contribuir para o planejamento dos recursos humanos das empresas, assim como para a dimensão individual daqueles que a compõem.

ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

65 O CONTEÚDO DAS DISCIPLINAS DE ESTRATÉGIA NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL Eduardo Guedes Villar, Silvana Anita Walter

Nesta pesquisa, objetivou-se compreender o conteúdo das disciplinas de estratégia nos programas stricto

sensu em Administração, no Brasil. Como base teórica, exploraram-se o corpo de conhecimento em estratégia e o desenvolvimento dessa disciplina no país. Realizou-se uma pesquisa qualitativa, por meio de um estudo de caso coletivo, de 27 programas brasileiros de pós-graduação stricto-sensu, com a participação de 29 docentes das disciplinas de estratégia. Empregaram-se entrevistas e análise documental de planos de ensino. Notou-se que as disciplinas de estratégia são caracterizadas pela variedade de livros e artigos empregados e uso preferencial de material de língua inglesa. Essa diversidade pode ser um indicativo de um ensino de estratégia parcializado, sem uma identificação comum, sob o ponto de vista de conteúdo, entre as disciplinas de estratégia dos programas pesquisados.

FINANÇAS

85 **TEORIA DO PROSPECTO: EVIDÊNCIAS APLICADAS EM FINANÇAS COMPORTAMENTAIS** Thiago de Sousa Barros, Israel José dos Santos Felipe

As Finanças Comportamentais têm sido uma via alternativa para a compreensão da realidade econômica e financeira, por meio de um viés mais abrangente, contrapondo alguns paradigmas e preceitos das Finanças Tradicionais e seus respectivos modelos. Em face disso, este artigo analisa elementos fundamentais das finanças comportamentais e, para este efeito, utiliza a Teoria do Prospecto, pesquisa empírica desenvolvida por Kahneman e Tversky (1979), para investigar a manifestação dos efeitos certeza, reflexo e isolamento no processo de decisão, por parte dos agentes, e a influência do gênero nas questões relacionadas às perdas e exposição ao risco. Assim, por meio de uma pesquisa de campo, foram aplicados questionários numa amostra de 150 discentes do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Ouro Preto e os dados foram tratados por meio de estatística descritiva e de um teste não paramétrico (Qui-Quadrado). Os resultados confirmam empiricamente a existência dos três efeitos preconizados na Teoria do Prospecto e as influências de vieses cognitivos ao longo do processo decisório por parte dos agentes, além de evidenciar diferenças importantes quando da separação por gêneros, já que as mulheres, em determinadas ocasiões de ganho, mostraram-se mais avessas ao risco que os homens.

RELAÇÕES DE TRABALHO

106 **CARACTERÍSTICAS DO TRABALHO VALORIZADAS POR TRABALHADORAS DE DIFERENTES FAIXAS ETÁRIAS** Patrícia Moreira da Rocha Amaral de Souza, Ana Luiza Szuchmacher Verissimo Lopes, Adriana Victoria Garibaldi de Hilal

Este artigo tem como objetivo descrever e analisar as características do trabalho que são consideradas relevantes para mulheres brasileiras, com nível superior, de diferentes faixas etárias (20 a 29 anos; 30 a 39 anos; mais de 40 anos), e que trabalham em empresas privadas na cidade do Rio de Janeiro. Os dados foram abordados e analisados de forma qualitativa. O estudo identificou que as características valorizadas, mencionadas pelas entrevistadas das três faixas etárias, foram praticamente as mesmas. No entanto, foram encontradas semelhanças e diferenças quanto ao grau de relevância atribuído a essas características. Os resultados da presente pesquisa podem auxiliar as organizações na identificação de fatores motivacionais para a atração e retenção de mulheres no mercado de trabalho corporativo.

RECURSOS HUMANOS

127 **MOTIVAÇÃO E CONFIABILIDADE HUMANA: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DO INDIVÍDUO** Charles Santos Batista, Jair Nascimento Santos

Este artigo objetiva apresentar uma análise da influência da motivação sobre a percepção de risco e a prática de ato inseguro, pelo empregado, na execução de suas atividades. Buscou-se integrar autores como Lévi-Leboyer (1994) e Sampaio (2009) sobre motivação, com Reason (2000) e Couto (1995), sobre erro humano. Foram definidos três construtos: motivação, confiabilidade e causas do erro humano, analisados utilizando-se o coeficiente de Pearson. Concluiu-se que o empregado afirma estar motivado, embora com lacunas que, no entanto, não aumentam os erros de execução. Há consciência do erro, porém isso não resulta em prevenção.

148 O PROCESSO DE CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO Siqueira Morais Neto, Dyogo Neis, Maurício Fernandes Pereira

Mesmo trabalhando em um contexto competitivo desfavorável para as empresas no Brasil, a WEG S.A. vem alcançando resultados significativos ao longo de sua história. Mais do que isso, a presente pesquisa indicou que esse crescimento progressivo e sustentado ocorreu com base nos conceitos da Criação de Valor Compartilhado, de Porter e Kramer (2011). Assim, o objetivo deste estudo foi analisar como a WEG S.A. promove a Criação de Valor Compartilhado na região Nordeste do Estado de Santa Catarina. A pesquisa se caracteriza como estudo de caso e os métodos utilizados incluem pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, observação sistemática e entrevistas com roteiro semiestruturado, com posterior análise de conteúdo e triangulação dos dados. O processo metodológico consistiu em: definir o negócio principal da companhia, verificar os pontos de intersecção entre a empresa e as questões sociais e identificar a existência de dimensões sociais para proposição de valor. Os resultados indicaram que a WEG S.A. está trabalhando nos três níveis de Criação de Valor Compartilhado. Além disso, constatou-se que a WEG conecta o seu core business a quatro dimensões sociais: eficiência energética, energias renováveis, produtos elétricos para cuidado humano e educação técnica relacionada à eletricidade.