**Vol.18 Nº 2 – abril/junho 2019.**

**Editorial**

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:

**ESCALA DE COMPETÊNCIAS GERENCIAIS DA ÁREA DA SAÚDE**

Adriane Vieira – Universidade Federal de Minas Gerais

Patrícia Lourdes Silva – Universidade Federal de Minas Gerais

Plínio Raphael Reis Monteiro – Universidade Federal de Minas Gerais

Laura Trindade Ituassu – Universidade Federal de Minas Gerais

Fátima Ferreira Roquete – Universidade Federal de Minas Gerais

**as CONTRIBUIÇÕES da teoria da relatividade PARA a sociedade e às organizações**

Éder de Souza Beirão - Universidade Estadual de Montes Claros

Maurílio Barbosa de Oliveira da Silva - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Kelly Jaciara Fernandes da Silva Nunes - Universidade Estadual de Montes Claros

Ertz Ramon Teixeira Campos - Universidade Estadual de Montes Claros

**Rotatividade: Análise dE VINTE ANOS DA Produção Científica Brasileira**

Juliana Seidl -Universidade de Brasília

Jairo Eduardo Borges-Andrade - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília

Elaine Rabelo Neiva - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília

**Egressos do sistema prisional e gestão de pessoas em organizações alagoanas**

Juliana Estevão dos Santos - Universidade Federal de Alagoas

Milka Alves Correia Barbosa - Universidade Federal de Alagoas

Fernanda Roda Cassundé - Universidade Federal do Vale do São Francisco

José Rodolfo Tenório de Lima - Universidade Federal de Alagoas

**“EU TÔ VOLTANDO!”: UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DOS ATRIBUTOS VAREJISTAS NA INTENÇÃO DE RECOMPRA DOS CONSUMIDORES**

Eliane Herrero - Universidade Nove de Julho

Evandro Luiz Lopes - Universidade Nove de Julho/ Universidade Federal de São Paulo.

Luis Fernando Varotto - Universidade Nove de Julho

Luis Hernan Contrera Pinochet - Universidade Federal de São Paulo

Maria Cristina Tecilla - Faculdades Metropolitanas Unidas de São Paulo

**STATUS CONSUMPTION: DOES IT MATTER FOR BRAZILIAN YOUNG ADULTS?**

Ivanete Schneider Hahn - Universidade Alto Vale do Rio do Peixe

Flavia Luciane Scherer - Universidade Federal de Santa Maria

Laleska Lebioda - Universidade do Estado de Santa Catarina

**GLAMOUR OU TRABALHO ÁRDUO: SOCIALIZAÇÃO PROFISSIONAL DAS BLOGUEIRAS**

Rafaela de Almeida Araújo - Universidade Federal do Ceará

Tereza Cristina Batista de Lima -Universidade Federal do Ceará

Luis Eduardo Brandão Paiva - Universidade Federal do Ceará

Serafim Firmo de Souza Ferraz - Universidade Federal do Ceará

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Jefferson Lopes La Falce

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editores da Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

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:

**MANAGEMENT COMPETENCE SCALE IN THE HEATH ARE**

Adriane Vieira – Universidade Federal de Minas Gerais

Patrícia Lourdes Silva – Universidade Federal de Minas Gerais

Plínio Raphael Reis Monteiro – Universidade Federal de Minas Gerais

Laura Trindade Ituassu – Universidade Federal de Minas Gerais

Fátima Ferreira Roquete – Universidade Federal de Minas Gerais

**THE CONTRIBUTIONS OF THE THEORY OF RELATIVITY TO SOCIETY AND ORGANIZATIONS**

Éder de Souza Beirão - Universidade Estadual de Montes Claros

Maurílio Barbosa de Oliveira da Silva - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Kelly Jaciara Fernandes da Silva Nunes - Universidade Estadual de Montes Claros

Ertz Ramon Teixeira Campos - Universidade Estadual de Montes Claros

**Turnover: AnalyZING TWENTY YEARS OF the Brazilian Scientific Production**

Juliana Seidl -Universidade de Brasília

Jairo Eduardo Borges-Andrade - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília

Elaine Rabelo Neiva - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília

**FORMER PRISONERS AND HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS OF ALAGOAS**

Juliana Estevão dos Santos - Universidade Federal de Alagoas

Milka Alves Correia Barbosa - Universidade Federal de Alagoas

Fernanda Roda Cassundé - Universidade Federal do Vale do São Francisco

José Rodolfo Tenório de Lima - Universidade Federal de Alagoas

***“I’M COMING BACK!” A STUDY ON THE IMPORTANCE OF RETAIL ATTRIBUTES ON CONSUMER REPURCHASE INTENTION***

Eliane Herrero - Universidade Nove de Julho

Evandro Luiz Lopes - Universidade Nove de Julho/ Universidade Federal de São Paulo.

Luis Fernando Varotto - Universidade Nove de Julho

Luis Hernan Contrera Pinochet - Universidade Federal de São Paulo

Maria Cristina Tecilla - Faculdades Metropolitanas Unidas de São Paulo

**STATUS CONSUMPTION: DOES IT MATTER FOR BRAZILIAN YOUNG ADULTS?**

Ivanete Schneider Hahn - Universidade Alto Vale do Rio do Peixe

Flavia Luciane Scherer - Universidade Federal de Santa Maria

Laleska Lebioda - Universidade do Estado de Santa Catarina

**GLAMOR OR WORK ARRIVAL: PROFESSIONAL SOCIALIZATION OF BLOGS**

Rafaela de Almeida Araújo - Universidade Federal do Ceará

Tereza Cristina Batista de Lima -Universidade Federal do Ceará

Luis Eduardo Brandão Paiva - Universidade Federal do Ceará

Serafim Firmo de Souza Ferraz - Universidade Federal do Ceará

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Jefferson Lopes La Falce

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editors Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

**ARTIGO 6045**

**ESCALA DE COMPETÊNCIAS GERENCIAIS DA ÁREA DA SAÚDE**

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo descrever o processo de elaboração e validação de construto de um instrumento utilizado para avaliar as competências de gestores da área da saúde. Na primeira etapa, as competências foram mapeadas com o auxílio de 29 professores da área da saúde. Na segunda etapa, 102 gestores responderam ao questionário. Para a depuração da base, procedeu-se à análise descritiva e multivariada dos dados. Adicionalmente, realizou-se a análise da dimensionalidade, da confiabilidade e da validade da escala, resultando em 20 competências técnicas, distribuídas em cinco eixos temáticos: economia e demografia; política, planejamento e avaliação em saúde; gestão do trabalho e educação em saúde; administração e contabilidade; e metodologias estruturantes. As competências comportamentais mapeadas totalizaram 16 e foram distribuídas nos eixos: idealista/perfeccionista; artesão/negociador’ prestativo/guardião; e motivador/racional.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão.Competências. Saúde. Serviços. Escala.

**MANAGEMENT COMPETENCE SCALE IN THE HEATH AREA**

ABSTRACT

This research aimed at describing the process of preparation and the construct validation of an instrument for the assessment of health care managers. In the first step the competences have been mapped with the aid of 29 health professors. In the second stage 102 managers responded to the questionnaire. The descriptive and multivariate data analysis were carried out in order to depurate the base. Additionally, the analysis of dimensionality, reliability and validity of the scale were carried out resulting in 20 technical competences distributed in 5 main themes: Economics and demographics; policy, planning and evaluation in health, management of work and education in health, administration and accounting, and structuring methodologies. Behavioral competencies mapped totaled 16 and were distributed in the themes: idealist/perfectionist, artisan/negotiator, helpful/guardian, and motivator/rational.

KEYWORDS : Management. Competencies. Health. Services. Scale.

Área: Recursos Humanos

Submissão: 07/04/2018

Aprovação: 08/09/2018

Adriane Vieira – Universidade Federal de Minas Gerais

Patrícia Lourdes Silva – Universidade Federal de Minas Gerais

Plínio Raphael Reis Monteiro – Universidade Federal de Minas Gerais

Laura Trindade Ituassu – Universidade Federal de Minas Gerais

Fátima Ferreira Roquete – Universidade Federal de Minas Gerais

**Artigo 6079**

**as CONTRIBUIÇÕES da teoria da relatividade PARA a sociedade e às organizações**

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo identificar as contribuições da Teoria da Relatividade de Albert Einstein para a sociedade e às organizações. Assim, este trabalho se utiliza de conceitos da Teoria da Relatividade e intensa pesquisa bibliográfica para o alcance de seus objetivos geral e específicos. Trata-se de um estudo descritivo e exploratório, de abordagem qualitativa que utiliza de procedimentos técnicos de uma pesquisa bibliográfica. A Teoria da Relatividade influenciou e impulsionou mudanças e paradigmas não só nas ciências e física como também provocou profundas e relevantes transformações na sociedade e nas organizações. O rompimento do paradigma Newtoniano-Cartesiano provocado pela criação da Teoria da Relatividade foi o responsável pela intensificação da complexidade e o surgimento da interdisciplinaridade na sociedade e no âmbito organizacional.

**Palavras-chave:** Teoria da Relatividade; Albert Einstein; Sociedade; Organizações.

**THE CONTRIBUTIONS OF THE THEORY OF RELATIVITY TO SOCIETY AND ORGANIZATIONS**

**Abstract:** The present work aims to identify the contributions of Albert Einstein's theory of relativity to society and organizations. Thus, this work uses concepts of relativity theory and intense bibliographic research to reach its general and specific objectives. This is a descriptive and exploratory study, with a qualitative approach that uses technical procedures of a bibliographic research. The theory of relativity influenced and boosted changes and paradigms not only in science and physics but also provoked profound and relevant transformations in society and organizations. The disruption of the Newtonian-Cartesian paradigm provoked by the creation of the theory of relativity was responsible for intensifying the complexity and the emergence of interdisciplinarity in society and in the organizational sphere.

**Keywords:** relativity theory; Albert Einstein; Society; Organizations.

Área: Organizações

Submissão: 15/04/2018

Aprovação: 20/07/2018

Éder de Souza Beirão - Universidade Estadual de Montes Claros

Maurílio Barbosa de Oliveira da Silva - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Kelly Jaciara Fernandes da Silva Nunes - Universidade Estadual de Montes Claros

Ertz Ramon Teixeira Campos - Universidade Estadual de Montes Claros

**Artigo 6090**

Rotatividade: Análise dE VINTE ANOS DA Produção Científica Brasileira

**Resumo**

A rotatividade de pessoal é um fenômeno multicausal e natural nas organizações, porém, em altas taxas, pode ocasionar prejuízos à sustentabilidade financeira e à memória institucional. Objetivou-se analisar a produção científica empírica brasileira sobre rotatividade de pessoal nas organizações de 1996 a 2015.Foram consultados periódicoscom tradição nas áreas organizacional e do trabalho; em seguida, ampliou-se a busca. Foram selecionados artigos empíricos que apresentassem pelo menos um dos descritores no título e/ou nas palavras-chave: rotatividade, intenção de saída, desligamento e/ou *turnover*. Vinte e cinco artigos foram analisados segundo aspectos bibliométricos, metodológicos, antecedentes, objetivos e principais resultados.As pesquisas brasileiras sobre o tema são recentes, na maioria descritivas, publicadas em revistas da administração e visam conhecer os fatores organizacionais e do trabalho que influenciam a rotatividade.Sugere-se que estudos futuros investiguem também fatores antecedentes pessoais e ambientais, seus consequentes, por meio do uso de métodos multivariados.

**Palavras-chave:** Rotatividade. Intenção de Saída. Revisão da Literatura. Comportamento Organizacional. Produção Científica Brasileira.

Turnover: AnalyZING TWENTY YEARS OF the Brazilian Scientific Production

**ABSTRACT**

Personnel turnover is a multicausal and natural phenomena in organizations, but at high rates it can cause damage to financial sustainability and to the institutional memory. This study aimed to analyze the Brazilian empirical scientific production on personnel turnover in organizations from 1996 to 2015. Brazilian journals with tradition in the organizational and work areas were consulted; and then the search was broadened. The empirical articles selected presented at least one of the expressions in the title and/or in the keywords: turnover, intention of exit and/or detachment. Twenty-five articles were analyzed according to bibliometric, methodological, turnover antecedents, objectives and main results. Brazilian studies on the subject are recent, mostly descriptive, published in business journals and investigated especially organizational and work factors that influence turnover. Future studies could then analyze personal and environmental antecedents, as well as consequent factors, through the adoption of multivariate analyses.

**Keywords**: Turnover. Intention to Leave. Literature Review. Organizational Behavior. Brazilian Scientific Production.

Área: Recursos Humanos

Submissão: 19/04/2018

Aprovação: 20/09/2018

Autores

Juliana Seidl -Universidade de Brasília

Jairo Eduardo Borges-Andrade - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília

Elaine Rabelo Neiva - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília

**ARTIGO 6138**

Egressos do sistema prisional e gestão de pessoas em organizações alagoanas

**RESUMO**

O presente estudo buscou identificar as práticas de gestão de pessoas desenvolvidas por organizações contratantes para a inclusão de egressos do sistema prisional no mercado de trabalho, em Maceió, capital do Estado de Alagoas. Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa e quanto aos procedimentos de coleta de dados, adotou-se a análise documental e a entrevista semiestruturada. Participaram da pesquisa gestores de três organizações públicas e uma empresa privada que viabilizam contrato de trabalho para alocar egressos do sistema prisional do Estado de Alagoas. A análise dos dados evidenciou que as organizações que trabalham com egressos prisionais não possuem política de gestão de pessoas para este público. Ademais, verificou-se que os egressos do sistema prisional alagoano enfrentam uma confluência de fatores de difícil superação para alcançar algum tipo de adaptação ao ambiente organizacional, quais sejam, o estigma que pesa sobre eles, o baixo nível de escolaridade e a precarização do trabalho.

**Palavras-chave:** egresso prisional, gestão de pessoas, mercado de trabalho, estigma, discriminação.

FORMER PRISONERS AND HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS OF ALAGOAS

**ABSTRACT**

The study analyzed the practices of human resources management aimed for including former prisoners in the labor market of Maceió, capital of the State of Alagoas. This is a qualitative research and data were collected through documentary analysis and the semi-structured interview with managers of three public organizations and a private company that enabled a work contract to allocate the former prisoners from the state prison system of Alagoas. The analysis of the data showed that the organizations that work with formers prisoners does not have a human resources management policy for these individuals. In addition, it was verified that this group faces a confluence of factors that difficult them to overcome it in order to achieve adaptation to the organizational environment, such as stigma, low level of schooling and precariousness of work.

Keywords: former prisoners, human resources management policies, labor market, stigma, discrimination.

Área: Recursos Humanos

Submissão: 14/05/2018

Aprovação: 22/10/208

Autores

Juliana Estevão dos Santos - Universidade Federal de Alagoas

Milka Alves Correia Barbosa - Universidade Federal de Alagoas

Fernanda Roda Cassundé - Universidade Federal do Vale do São Francisco

José Rodolfo Tenório de Lima - Universidade Federal de Alagoas

**Artigo 6140**

**“Eu tô voltando!”: um estudo sobre a importância dos atributos varejistas na intenção de recompra dos consumidores**

**Resumo:** O objetivo principal deste estudo foi identificar quais atributos varejistas explicam a intenção de recompra dos consumidores. Este *framework* de pesquisa se justifica pela importância do segmento varejista para a economia brasileira e pela relativa incongruência nos resultados dos estudos conduzidos anteriormente. Para tanto, conduzimos um *survey* junto a uma amostra de 802 consumidores, que mensurou a avaliação de 12 atributos varejistas, como foi proposto por Rathod e Bhatt (2014),e que foram analisados por meio de regressão linear múltipla. Os resultados indicam que a localização da loja, a política de preços praticada pelo varejista e o *layout* da loja avaliada explicam a maior parte da intenção de recompra dos consumidores. Além disso, a variedade de marcas disponível, a imagem da marca própria do varejista e o tamanho da loja também apresentaram relação positiva e significante com a intenção de compra declarada.

**Palavras-chave:** varejo; atributos varejistas; intenção de recompra.

***“I’m coming back!” A study on the importance of retail attributes on consumer repurchase intention***

***Abstract:*** *The main objective of this study was to identify which retail attributes explain consumers’ intentions to repurchase. This research framework is justified by the importance of the retail segment to the Brazilian economy and the relative incongruity of the results of previously studies. We conducted a survey with a sample of 802 consumers, who evaluated 12 retail attributes, as proposed by Rathod and Bhatt (2014). The results obtained with multiple linear regression analysis indicated that the store location, the retailer’s pricing policy, and the store layout accounted for most of the repurchase intention. In addition, the variety of brands available, the brand image of the retailer, and the size of the store also showed positive and significant relationships with the stated repurchase intention.*

***Keywords:*** *retail; retail attributes; repurchase intention.*

Área: Mercadologia

Submissão: 14/05/2018

Aprovação: 15/11/2018

Eliane Herrero - Universidade Nove de Julho

Evandro Luiz Lopes - Universidade Nove de Julho/ Universidade Federal de São Paulo.

Luis Fernando Varotto - Universidade Nove de Julho

Luis Hernan Contrera Pinochet - Universidade Federal de São Paulo

Maria Cristina Tecilla - Faculdades Metropolitanas Unidas de São Paulo

**Artigo 6154**

**STATUS CONSUMPTION: DOES IT MATTER FOR BRAZILIAN YOUNG ADULTS?**

**ABSTRACT**

The changes in consumption behavior of Brazilians are the scope of many studies in the last years. However, some common managerial assumptions, as an example, that Brazilian young adults have a status consumption, lack enough empirical studies to explain or support these generalizations. Therefore, this study was designed to investigate the Brazilian young adults’ status consumption behavior. So, we outlined a multimethod research, through a survey with 548 Brazilian young adults and a confirmatory focus group with eight young adults. The results showed that: (1) Brazilian young adults do not recognize themselves as status consumers, even though they are; (2) the consumption-oriented to have status is not related to goods, but to experiences; and, (3) the motivations driving young adults to have status consumption in Brazil are high social recognition function and, consumption driven by a tangible component (quality) and an intangible component (brand).

**KEYWORDS:** Status. Conspicuous Consumption. Young Adults. Brand. Quality.

**CONSUMO DE *STATUS*: O *STATUS* IMPORTA AOS JOVENS ADULTOS BRASILEIROS?**

**RESUMO**

As mudanças no comportamento dos consumidores brasileiros são tema de diversas pesquisas conduzidas nos últimos anos. Contudo, algumas suposições comuns, à exemplo de que os jovens adultos brasileiros têm comportamentos de consumo por status, não possuem evidências empíricas suficientes para suportar as generalizações sobre esse público. Assim, este estudo destinou-se a investigar os hábitos de consumo de status de jovens adultos brasileiros, por meio de uma pesquisa multimétodos. Na primeira etapa da pesquisa, procedeu-se uma *survey* com 548 jovens adultos brasileiros. Na segunda etapa, que assumiu uma face confirmatória, fez-se um grupo focal com oito jovens adultos. Os resultados mostram que: (1) jovens adultos brasileiros não assumem seus hábitos de consumo de *status*, mesmo quando possuem o comportamento; (2) grande parte do consumo de status da amostra não se refere à produtos, mas à experiências de consumo; e, (3) as principais motivações da amostra para o consumo de status referem-se ao reconhecimento social gerado pelo consumo de produtos e serviços de *status*, impulsionados por um componente tangível (qualidade) e um componente intangível (marca).

**PALAVRAS-CHAVE:**  Status. Consumo conspícuo. Jovens Adultos. Marca. Qualidade.

Área: Mercadologia

Submissão: 20/05/2018

Aprovação: 15/09/2018

Autores

Ivanete Schneider Hahn - Universidade Alto Vale do Rio do Peixe

Flavia Luciane Scherer - Universidade Federal de Santa Maria

Laleska Lebioda - Universidade do Estado de Santa Catarina

**Artigo 6459**

**GLAMOUR OU TRABALHO ÁRDUO: SOCIALIZAÇÃO PROFISSIONAL DAS BLOGUEIRAS**

## **RESUMO**

Este estudo objetiva investigar como acontece a socialização profissional de blogueiras, baseando-se na teoria de Hughes (1958) e Dubar (2005). Esta pesquisa é caracterizada como qualitativa, descritiva, realizada por meio entrevistas estruturadas junto a 15 blogueiras. Os resultados apontam que o interesse se deu por acompanharem outros *blogs* como leitora ou a partir da necessidade de escrever sobre assuntos do seu interesse, a inserção se deu pela aquisição de habilidades educacionais, de indicação de alguém ou por divulgação nas redes sociais. O modelo de profissão construído pela idealização de uma profissão fácil e glamourosa, em oposição a uma atividade real, que exige muito trabalho para conquistar público e conseguir parcerias, com reconhecimento não imediato e, de início, possui remuneração baixa. Por fim, reconheceu-se que no trabalho desenvolvido com *blogs* as ajudou na orientação profissional, com o equilíbrio da imagem público-privado e trazendo uma nova percepção sobre si.

**Palavras-chave:** Socialização Profissional. Identidade Profissional. Carreira. *Blogs.* Mídias Sociais.

**GLAMOR OR WORK ARRIVAL: PROFESSIONAL SOCIALIZATION OF BLOGS**

## **ABSTRACT**

This study aims to investigate how the professional socialization of bloggers happens, based on the theory of Hughes (1958) and Dubar (2005). It was sought to investigate the motivations and forms of professional insertion, to verify how the profession is perceived, as an idealized model and real model of profession, and to explore the perceptions about career possibilities. This research is characterized as qualitative, descriptive, performed with structured interviews with 15 bloggers. The results indicate the interest came either from following other blogs simply as a reader or from the necessity to write on subjects of their interest. The insertion came throught acquisition of educational skills, indication of someone or dissemination in social networks. The model of profession idealized of an easy and glamorous profession, as opposed to a real activity that requires hard work to gain public and obtain partnerships without immediate recognition and an initial low remuneration. Finally, it is recognized the work developed with blogs helped them in professional orientation, with the balance of public-private image, bringing a new perception about themselves.

**Keywords:** Professional Socialization. Professional Identity. Career. Blogs. Social Media.

Área: Comportamento Organizacional

Submissão: 07/09/2018

Aprovação: 02/02/2019

Rafaela de Almeida Araújo - Universidade Federal do Ceará

Tereza Cristina Batista de Lima -Universidade Federal do Ceará

Luis Eduardo Brandão Paiva - Universidade Federal do Ceará

Serafim Firmo de Souza Ferraz - Universidade Federal do Ceará