

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

# FACES

JOURNAL

TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO  
MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION  
[www.fumec.br/publicacoes/revistas](http://www.fumec.br/publicacoes/revistas)

Publicação Trimestral da  
Faculdade de Ciências Empresariais  
Universidade FUMEC



Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. • Belo Horizonte v. 19 • n. 1 • p. 01-135 • jan./mar. 2020

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

Presidente: Prof. Air Rabelo

**REITOR:**

Prof. Fernando de Melo Nogueira

**PRÓ-REITOR DE GRADUAÇÃO:**

Prof. João Batista de Mendonça Filho

**PRÓ-REITOR DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO:**

Prof. Márcio Dario da Silva

**PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO:**

Prof. Henrique Cordeiro Martins

**DIRETORA GERAL DA FACE - FACULDADE DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

Profª. Renata de Sousa da Silva Tolentino

**EDITOR**Mario Teixeira Reis Neto FUMEC – Editor Geral  
Cid Gonçalves Filho, Universidade FUMEC**EDITORES ASSOCIADOS**Prof. Marco Túlio Freitas, Universidade FUMEC  
Carlos Alberto Gonçalves, Universidade FUMEC**CONTATO PRINCIPAL****Mario Teixeira Reis Neto**Professor Doutor  
Universidade Fumec  
Rua Cobre, 200 - 1º andar - Bairro Cruzeiro  
30310-190 - Belo Horizonte - MG  
E-mail: faces@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 PotiguarMilena 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. 19, n. 1, 2020  
Belo Horizonte / MG: FUMEC.**

Trimestral

ISSN 1984-6975 (online)

**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](http://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

Projeto gráfico e editoração: Alex Andrade Edições

Site: [www.artediagramacao.com.br](http://www.artediagramacao.com.br)E-mail: [aandrade9@gmail.com](mailto:aandrade9@gmail.com)**Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces  
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG  
[www.fumec.br/publicacoes/revistas](http://www.fumec.br/publicacoes/revistas) - [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 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

A Universidade FUMEC, em atendimento às suas funções de ensino, pesquisa e extensão e com fundamento nos princípios e fins da educação nacional, tem por missão: *formar cidadãos conscientes de sua responsabilidade social, portadores dos valores de justiça e ética, nas diferentes áreas do conhecimento, aptos para a inserção nos diversos setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira.*

## 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:

**Artigos****ELEMENTOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL QUE CONTRIBUEM COM O DESENVOLVIMENTO DA INOVAÇÃO**

Linda Jessica De Montreuil Carmona, Giancarlo Gomes, Daniele de Lourdes Curto da Costa Martins

**CATEGORIZAÇÃO DOS PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO DAS MAIORES COMPANHIAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

Anna Beatriz Grangeiro Ribeiro Maia, Camila Oliveira Barbosa, Alessandra Carvalho de Vasconcelos, Victor Daniel Vasconcelos

**APLICATIVOS BANCÁRIOS: PROPOSTA DE UM MODELO ESTRUTURAL DE INFLUÊNCIA DE ATRIBUTOS**

Antônio Soares de Siqueira Neto, Danilo de Melo Costa

**EMPREENDER OU NÃO? FATORES CONDICIONANTES DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA**

Déborah Luiza Marcon, Amelia Silveira, Jucelia Apio Frizon

**REAÇÕES DO MERCADO ACIONÁRIO AO ANÚNCIO DE REVISÃO DO RATING DE CRÉDITO SOBERANO DO BRASIL**

Claudio Marcelo Edwards Barros, Romualdo Douglas Colauto

**ASSOCIAÇÃO ENTRE RENDA FAMILIAR E A PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE AS ESTRATÉGIAS DE MARKETING VERDE**

Angelita Freitas Da Silva, Cassiana Bortoli, Silvana Saionara Gollo, Keila Cristina Da Rosa

**QUALIDADE NOS LUCROS: EFEITO COMBINADO DE SEUS ATRIBUTOS**

Elizeu Maria Junior, Teresa Cristina Janes Carneiro, Luiz Cláudio Louzada, Helio Zanquetto Filho, Patricia Maria Bortolon

Boa leitura,

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

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:

**ELEMENTS OF ORGANIZATIONAL CULTURE THAT ENCOURAGE INNOVATION DEVELOPMENT**

Linda Jessica De Montreuil Carmona, Giancarlo Gomes, Daniele de Lourdes Curto da Costa Martins

**CATEGORIZATION OF TRAINING PROGRAMS OF LARGEST PUBLICLY LISTED BRAZILIANS COMPANIES**

Anna Beatriz Grangeiro Ribeiro Maia, Camila Oliveira Barbosa, Alessandra Carvalho de Vasconcelos, Victor Daniel Vasconcelos

**BANKING APPLICATIONS: PROPOSAL OF A STRUCTURAL MODEL OF ATTRIBUTES PERCEPTIONS**

Antônio Soares de Siqueira Neto, Danilo de Melo Costa

**TO UNDERTAKE OR NOT? CONDITIONING FACTORS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION**

Déborah Luiza Marcon, Amelia Silveira, Jucelia Ap-  
pio Frizon

**STOCK MARKET REACTIONS TO THE BRAZIL SOVEREIGN CREDIT RATING REVIEW**

Claudio Marcelo Edwards Barros, Romualdo Douglas Colauto

**ASSOCIATION BETWEEN FAMILY INCOME AND CONSUMER PERCEPTION ON GREEN MARKETING STRATEGIES**

Angelita Freitas Da Silva, Cassiana Bortoli, Silvana Saionara Gollo, Keila Cristina Da Rosa

**EARNINGS QUALITY: COMBINED EFFECT OF THEIR ATTRIBUTES**

Elizeu Maria Junior, Teresa Cristina Janes Carneiro, Luiz Cláudio Louzada, Helio Zanquetto Filho, Patricia Maria Bortolon

Good read,

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editors Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

### 08 ELEMENTS OF ORGANIZATIONAL CULTURE THAT ENCOURAGE INNOVATION DEVELOPMENT, Linda Jessica De Montreuil Carmona, Giancarlo Gomes, Daniele de Lourdes Curto da Costa Martins

This study aims at analyzing the elements of organizational culture that foster innovation development in the Brazilian textile industry. Based on the Martins and Martins (2002) theoretical framework, an exploratory and quantitative survey was developed with primary data obtained from a survey applied to 587 employees of different organizational levels of 64 textile firms, using the following dimensions of culture: strategy, structure, support mechanisms, behaviors that stimulate innovation and communication. The multivariate treatment of data was performed using exploratory factor analysis. The results pointed to a model of analysis that empirically regroups and validates the determinants of innovation in three dimensions: strategy, stimulus to innovation and communication, avoiding the overlapping of items, an aspect criticized by several authors. The implications of research can allow managers to determine how organizational culture can better promote innovation, a key issue in highly competitive environments.

### 27 CATEGORIZAÇÃO DOS PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO DAS MAIORES EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO, Anna Beatriz Grangeiro Ribeiro Maia, Camila Oliveira Barbosa, Alessandra Carvalho de Vasconcelos, Victor Daniel Vasconcelos

O objetivo do estudo foi categorizar os programas de capacitação – enquanto práticas sustentáveis de gestão do capital humano. Oportunamente, identificaram-se os atributos organizacionais (institucionais e humanos) correlacionados ao relato de tais práticas nos relatórios de sustentabilidade, padrão GRI. Foram identificados 2.255 programas de capacitação, a partir da análise de conteúdo dos 104 relatórios de sustentabilidade, no biênio 2015-2016, de 61 companhias diferentes, listadas entre as maiores companhias abertas, segundo a revista Exame Melhores & Maiores (2017). Os resultados da análise de conteúdo apontam a concentração de programas de capacitação à categoria Responsabilidade socioambiental (40%). As análises de correlação indicaram, contra expectativas, ser incipiente a correlação

entre o relato de programas de capacitação pelas empresas e os atributos organizacionais analisados, sendo mais evidente quando tratados por categoria. A principal contribuição deste estudo residiu na categorização dos programas de capacitação relatados pelas maiores empresas de capital aberto no Brasil.

### 46 APLICATIVOS BANCÁRIOS: PROPOSTA DE UM MODELO ESTRUTURAL DE INFLUÊNCIA DE ATRIBUTOS, Antônio Soares de Siqueira Neto, Danilo de Melo Costa

O mercado bancário está em constante evolução. Recentemente, notou-se um expressivo crescimento dos aplicativos bancários utilizados nos smartphones. Este crescimento faz com que as instituições financeiras busquem compreender as necessidades aprimoramento por meio da experiência dos clientes. A partir do exposto, objetivou-se compreender as principais características destes apps como forma de sugerir um modelo estrutural integrador. Foi realizada uma pesquisa quantitativa com 399 respondentes no estado de Minas Gerais, considerando as cinco maiores instituições bancárias do Brasil. Os dados receberam tratamento estatístico por meio de análise fatorial, definindo-se constructos de terceira ordem (segurança, confiabilidade, eficiência, comunicação, facilidade e comodidade), segunda ordem (percepções sistêmicas e percepções de interação) e primeira ordem (percepções gerais de qualidade). Os resultados obtidos demonstram que, de uma forma geral, os clientes tendem a concordar sobre a importância de todos estes constructos, com maior média de concordância nos itens de comodidade e segurança e uma menor média nos itens de eficiência e comunicação. Logo, visando à inovação neste mercado, as instituições devem buscar uma proposta integradora destes itens, como forma de obter vantagem competitiva e evolução neste mercado.

### 64 EMPREENDER OU NÃO? FATORES CONDICIONANTES DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA, Déborah Luiza Marcon, Amelia Silveira, Jucelia Appio Frizon

Muitos são os fatores que determinam a decisão dos indivíduos de iniciar um empreendimento. Nesse sentido, o artigo busca analisar a influência de fatores sociodemográficos e comportamentais sobre

dois grupos de indivíduos: os que possuem intenção de empreender e os que não possuem intenção de empreender. O estudo caracteriza-se como quantitativo e descritivo, adotando questionário e método de regressão logística. A amostra considerou 371 estudantes universitários de cursos de graduação em Administração, de 11 instituições de ensino superior, localizadas na região sudoeste do Paraná. Este tem sido o delineamento da maioria das pesquisas realizadas, nesta temática de interesse (RUEDA; MORIANO; LIÑÁN, 2015). Os resultados indicam que os fatores comportamentais são os que possuem maior poder de explicação nas intenções empreendedoras. Em seguida, destacam-se os fatores referentes ao acesso à educação para o empreendedorismo e a atividade profissional atual. Gênero, familiar empreendedor e renda não se mostraram significativos no modelo adotado.

### 80 REAÇÕES DO MERCADO AÇIONÁRIO AO ANÚNCIO DE REVISÃO DO RATING DE CRÉDITO SOBERANO DO BRASIL, Claudio Marcelo Edwards Barros, Romualdo Douglas Colauto

Os anos 2008 e 2015 foram particularizados por dois eventos expressivos para o ambiente de negócios brasileiro: elevação para o Grau de Investimento e rebaixamento para Grau Especulativo do rating de crédito soberano. A partir desse contexto, a presente pesquisa teve como objetivo examinar a reação do mercado de capitais brasileiro à elevação ao Grau de Investimento e ao rebaixamento ao Grau Especulativo do rating soberano. Apoiada em pesquisas prévias de abordagem semelhante, foram estabelecidas quatro hipóteses relacionando os anúncios às ações ordinárias e preferenciais de companhias brasileiras. O estudo considerou as empresas listadas no Ibovespa no dia da revisão da nota para Grau de Investimento e no dia da revisão para Grau Especulativo. Com aplicação de estudos de eventos, as hipóteses foram examinadas por meio de Análise da Variância e Teste de Sinais para Retornos Anormais e Retornos Anormais Acumulados. Não foram constatados retornos anormais para o evento de elevação do rating de crédito soberano. Condizente com resultados de pesquisas anteriores, a pesquisa mostrou presença de retornos anormais negativos e significativos quando do rebaixamento do rating soberano.

### 104 ASSOCIAÇÃO ENTRE RENDA FAMILIAR E A PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE AS ESTRATÉGIAS DE MARKETING VERDE, Angelita Freitas Da Silva, Cassiana Bortoli, Silvana Saionara Gollo, Keila Cristina Da Rosa

As organizações têm buscado estratégias de marketing perante as exigências de consumidores e da sociedade, cada vez mais preocupados com os aspectos relacionados à sustentabilidade. O presente trabalho objetivou analisar a associação entre as faixas de renda familiar e o comportamento do consumidor sobre o marketing verde praticado pelas empresas. Para tanto, utilizou-se uma metodologia exploratória e quantitativa, com aplicação de 373 questionários, analisados por meio dos testes de distribuição de frequência, Correlação de Spearman e Alfa de Cronbach. Os resultados mostraram que contrariando os indícios encontrados na literatura, existe uma relação negativa entre o maior nível de renda familiar e a percepção dos consumidores sobre as estratégias de marketing verde.

### 119 EARNINGS QUALITY: COMBINED EFFECT OF THEIR ATTRIBUTES, Elizeu Maria Junior, Teresa Cristina Janes Carneiro, Luiz Cláudio Louzada, Helio Zanquetto Filho, Patricia Maria Bortolon

Este artigo dedica-se à análise da Persistência nos Lucros e do Gerenciamento de Resultados enquanto atributos da qualidade das informações financeiras. O objetivo desta pesquisa é investigar a Qualidade nos Lucros a partir da Persistência nos lucros e do Gerenciamento de Resultados e seus efeitos combinados. A abordagem metodológica caracteriza-se como quantitativa, desenvolvida por meio de modelos estatísticos e econométricos. Os modelos propostos foram estruturados na forma de dados em painel e analisados por meio de regressões lineares multivariadas e regressões logísticas binárias. Os resultados da pesquisa evidenciam que a análise combinada da Persistência nos lucros e do Gerenciamento de Resultados apresenta maior eficiência na discriminação das empresas em função da Qualidade nos Lucros percebida pelo mercado. Adicionalmente, verificou-se que a percepção do mercado acerca do Gerenciamento de Resultados é significativamente inferior à percepção do mercado acerca da Persistência nos Lucros. Estes resultados sustentaram as hipóteses conceituais apresentadas nesta pesquisa.