

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XVI | N 4 | OUT/DEZ | 2015

ISSN 1984-6983 (Revista online)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA
FUMEC



Presidente:

Prof. Pedro Arthur Victor

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor:

Prof. Dr. Eduardo Martins de Lima

Pró-reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão:

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Pró-reitor de Graduação:

Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues

FACE – FUMEC

Diretor Geral:

Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino:

Prof. Marco Túlio de Freitas

FICHA TÉCNICA

Revisão | Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira

Endereço para correspondência

FACE-FUMEC - R. Cobre, 200 | Cruzeiro | 30310-190

Belo Horizonte-MG

Site | www.fumec.br

Email | pretexto@fumec.br

REVISTA PRETEXTO

Editores: Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias – Editor-Chefe

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

CONSELHO EDITORIAL

Alexandre Teixeira Dias	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Astor Eugênio Hexsel	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil)
Cid Gonçalves Filho	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Cláudia Rosa Acevedo	Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Daniel Jardim Pardini	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Edmilson Lima	Universidade Nove de Julho (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Guilherme Cunha Malafaia	Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil)
Hilka Vier Machado	Universidade Estadual de Maringá (Maringá, Paraná, Brasil)
Jersone Tasso Moreira Silva	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Márcio Augusto Gonçalves	Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Maria Aparecida Gouvea	Universidade de São Paulo (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Pelayo Munhoz Olea	Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil)
Ricardo Teixeira Veiga	Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Simone Vasconcelos Galina	Universidade de São Paulo (Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil)
Suzana Braga Rodrigues	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)

MISSÃO

A Revista Pretexto, publicada trimestralmente, é uma iniciativa da FACE-FUMEC com a finalidade de publicar e disseminar pesquisas empíricas e ensaios, já finalizados ou em fase de finalização, de modo a disseminar conhecimento. Também visa a criar um debate e a contribuir para a formação de gestores e para seu desenvolvimento.

PRETEXTO, v. XVI, n. 4, 2015 - _ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2015

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

1. Administração - Periódicos. 2. Informática - Periódicos. 3. Contabilidade - Periódicos. I Face-Fumec, ed.

EDITORIAL

Prezados leitores

O primeiro artigo deste número tem como objetivo analisar a influência dos atributos de celebridades do futebol na intenção de compra de chuteiras. Para isto, utilizou-se de uma abordagem interdisciplinar de múltiplos métodos, a partir das técnicas de Repertory Grid, Escalonamento Multidimensional e Regressão Múltipla. O estudo fornece um modelo aplicado a fatores que interferem na intenção de compra, unificando o entendimento das relações funcionais acerca dos atributos dos endossantes.

No segundo artigo os autores têm como objetivo caracterizar os Arranjos Produtivos Locais presentes nas empresas de software no Estado do Paraná. Como principais resultados, destaca-se que os APLs de software no Estado apresentam um nível de competitividade positivo, onde não apenas a inovação, mas também o desenvolvimento de um sistema local de inovação na forma de um ambiente favorável, infraestrutura adequada, atração de empresas inovadoras e qualificação da mão de obra, são condições para que esses APLs se desenvolvam em bases competitivas.

Os autores do terceiro artigo buscaram identificar os padrões de comportamento de consumo percebidos pelo grupo de pescadores esportivos da cidade de Goiânia – Go, Brasil. Os resultados mostraram que a Imagem Central deste segmento é composta por atributos comuns, sendo estes: amigos, amizade, companheirismo, socialização; desestressar, descanso, tranquilidade; natureza; fóruns de pesca; hobby, lazer e diversão. A pesquisa contribui com estudos sobre o consumo de uma área responsável por uma ampla cadeia produtiva no turismo brasileiro, porém ainda pouco explorada.

Os autores do quarto artigo buscaram compreender o sentido do trabalho para trabalhadores das fábricas de polvilho de mandioca no sul de Minas Gerais. Quanto às expectativas e percepções sobre o trabalho (especificamente, o sentido do trabalho) foi evidenciada a existência de dois grupos/perfis diferentes de trabalhadores. Sete variáveis discriminaram, significativamente, tais grupos: 1) Garantia das necessidades básicas (transporte/educação/saúde); 2) Oportunidades de aprendizado no trabalho; 3) Desenvolvimento das habilidades interpessoais; 4) Igualdade de direitos; 5) Rotina/repetição de tarefas; 6) Boa comunicação com os chefes ou superiores e 7) Responsabilidade para superar os problemas do trabalho. Os resultados apresentados podem auxiliar na elaboração de programas de Gestão de Pessoas adequados à realidade dos trabalhadores das fábricas de polvilho em outras regiões nacionais e aos interesses organizacionais.

O quinto artigo teve como objetivo conhecer como as mulheres que ocupam cargos de liderança, utilizam o empoderamento no exercício profissional em uma instituição de ensino e tecnologia em Criciúma, Santa Catarina, Brasil. Os resultados obtidos na pesquisa revelaram que as entrevistadas já demonstram expressões de empoderamento em seus cotidianos e a mulher se apresenta mais confiante e preparada para participar das tomadas de decisões em níveis hierárquicos maiores, além de interferir no próprio meio.

O sexto estudo analisa os fatores influenciadores da adoção de *e-learning*, tendo como arcabouço a Teoria Unificada de Aceitação/Uso da Tecnologia. Os resultados da pesquisa comprovaram que a realização de cursos de capacitação online é influenciada pelos fatores extrínsecos (expectativa de desempenho) e intrínsecos (motivação hedônica). Os fatores expectativa de esforço e condições facilitadoras também influenciam essa adoção, mas há moderadores que interferem, como tipo de curso e experiência computacional anterior. Além disso, não houve consenso quanto à influência do superior imediato.

A administração pública brasileira, a partir da década de 1990, é marcada pela emergência da ‘vertente societal’. Nesse contexto, os estados passaram a se espelhar nas organizações administrativas do setor privado. Essa mimetização do modelo de gestão, do privado para o público, fez com que as instituições públicas voltassem seus interesses para o Marketing de Serviços. Diante dessas argumentações, os autores do sétimo artigo analisaram a percepção dos usuários quanto à qualidade dos serviços de saúde ambulatoriais prestados pela Prefeitura Municipal de Acaiaca – MG. Dentre os resultados destaca-se a dificuldade de identificação de fatores críticos na prestação de um serviço de qualidade em função da proximidade entre os sujeitos entrevistados e os prestadores de serviços, dadas características interioranas do município.

Com a publicação deste último número de 2015, gostaríamos de agradecer aos autores, por confiarem em nosso trabalho, aos avaliadores, por emprestarem parte de seu valioso tempo à avaliação dos artigos submetidos, e aos leitores, que estabelecem as referências de qualidade dos artigos publicados.

Esperamos pela submissão de novos trabalhos no próximo ano, para que possamos manter o ritmo de publicação de nossa revista.

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editores

SUMÁRIO

EDITORIAL 3

ENDOSSO DE CELEBRIDADES E INTENÇÃO DE COMPRA DE CHUTEIRAS 11

WAGNER JUNIOR LADEIRA, CLECIO FALCAO
ARAUJO, FERNANDO DE OLIVEIRA SANTINI,
MIRIAM MARIANI HENZ

CARACTERIZAÇÃO DOS APLs: O CASO DAS EMPRESAS DE SOFTWARE NO ESTADO DO PARANÁ 29

WENDELL MYLER DA SILVA GUSSONI,
ANDREAS DITTMAR WEISE, FLAVIANI SOUTO
BOLZAN MEDEIROS

A IMAGEM DA PESCA ESPORTIVA SEGUNDO SEUS PRATICANTES 47

ANA CAROLINA CAMPOS ABREU, RICARDO
LIMONGI FRANÇA COELHO, ALTAIR
CAMARGO FILHO, MARCOS INÁCIO SEVERO
ALMEIDA

SENTIDOS DO TRABALHO - UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM TRABALHADORES DO POLVILHO EM MINAS GERAIS 65

LAUISA BARBOSA PINTO, ALESSANDRO
VINICIUS DE PAULA, CHRISTIANE BATISTA DE
PAULO LOBATO, ANA ALICE VILAS BOAS

ESTUDO DO EMPODERAMENTO NA PERSPECTIVA DE MULHERES LÍDERES 82

KAROLINE BRASIL DE OLIVEIRA, GISELE
SILVEIRA COELHO LOPES, MELISSA
WATANABE, CRISTINA KEIKO YAMAGUCHI,
ROSEMERI DUARTE

FATORES INFLUENCIADORES NA ADOÇÃO DE CAPACITAÇÃO A DISTÂNCIA 100

BRUNA MIYUKI KASUYA DE OLIVEIRA,
ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS,
ADRIANNE PAULA VIEIRA DE ANDRADE,
RÔMULO ANDRADE DE SOUZA NETO,
GABRIELA FIGUEIREDO DIAS

QUALIDADE DOS SERVIÇOS AMBULATORIAIS NO MUNICÍPIO DE ACAIACA/MG 119

CAISSA VELOSO E SOUSA, LAURA MARIA E
SILVA XAVIER, JEFFERSON RODRIGUES
PEREIRA, LOUSANNE CAVALCANTI BARROS
RESENDE

MARKETING

ENDOSSO DE CELEBRIDADES E INTENÇÃO DE COMPRA DE CHUTEIRAS

WAGNER JUNIOR LADEIRA, CLECIO FALCAO ARAUJO, FERNANDO DE OLIVEIRA SANTINI, MIRIAM MARIANI HENZ

O presente artigo tem como objetivo analisar a influência dos atributos de celebridades do futebol na intenção de compra de chuteiras. Para isto, utilizou-se de uma abordagem interdisciplinar de múltiplos métodos, a partir das técnicas de Repertory Grid, Escalonamento Multidimensional e Regressão Múltipla. Os resultados evidenciaram que não existe significância estatística entre a intenção de compra de chuteira e os atributos dos endossantes: postura, imagem, histórico, clube em que joga e o fato de ser jogador de seleção. Os atributos dos endossantes que influenciaram a intenção de compra foram: carisma, uso de marca famosa, posição que joga, habilidade e profissionalismo. Constatou-se que os dois últimos exercem uma influência inversa. No caso de uma relação direta mais forte esta foi evidenciada no atributo carisma. O estudo fornece um modelo aplicado a fatores que interferem na intenção de compra, unificando o entendimento das relações funcionais acerca dos atributos dos endossantes.

ESTRATÉGIA

CARACTERIZAÇÃO DOS APLs: O CASO DAS EMPRESAS DE SOFTWARE NO ESTADO DO PARANÁ

WENDELL MYLER DA SILVA GUSSONI, ANDREAS DITTMAR WEISE, FLAVIANI SOUTO BOLZAN MEDEIROS

Para que as organizações se mantenham competitivas ao longo do tempo elas têm aumentado os acordos de cooperação para transações que requerem alto nível de envolvimento e coordenação entre parceiros. Para isso, entre outras estratégias alternativas, vem adotando a implementação dos Arranjos Produtivos Locais (APLs). Assim, este artigo tem como objetivo caracterizar os Arranjos Produtivos Locais presentes nas empresas de software no Estado do Paraná. Metodologicamente, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, através de estudo multicase em 38 empresas instaladas nos referidos APLs. Como principais resultados, destaca-se que os APLs de software no Estado apresentam um nível de competitividade positivo, onde não apenas a inovação, mas também o desenvolvimento de um sistema local de inovação na forma de um ambiente favorável, infraestrutura adequada, atração de empresas inovadoras e qualificação da mão de obra, são condições para que esses APLs se desenvolvam em bases competitivas.

MARKETING

A IMAGEM DA PESCA ESPORTIVA SEGUNDO SEUS PRATICANTES

ANA CAROLINA CAMPOS ABREU, RICARDO LIMONGI FRANÇA COELHO, ALTAIR CAMARGO FILHO, MARCOS INÁCIO SEVERO ALMEIDA

Esta pesquisa buscou identificar os padrões de comportamento de consumo percebidos pelo grupo de pescadores esportivos da cidade de Goiânia – Go, Brasil. Adotou-se uma metodologia qualitativa, por meio do Método de Configuração da Imagem - De Toni (2005). A coleta de dados ocorreu por meio de questionários com uma amostra de 20 respondentes. Os resultados mostraram que a Imagem Central deste segmento é composta por atributos comuns, sendo estes: amigos, amizade, companheirismo, socialização; desestressar, descanso, tranquilidade; natureza; fóruns de pesca; hobby, lazer e diversão. Os resultados indicam que este grupo de pescadores apresenta como elemento aglutinador o estilo de vida e a busca pelos mesmos ideais (preservação da natureza/fuga do estresse) e não um determinado produto/marca. A presente pesquisa contribui com estudos sobre o consumo de uma área responsável por uma ampla cadeia produtiva no turismo brasileiro, porém ainda pouco explorada.

GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO

SENTIDOS DO TRABALHO - UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM TRABALHADORES DO POLVILHO EM MINAS GERAIS

LAUISA BARBOSA PINTO, ALESSANDRO VINICIUS DE PAULA, CHRISTIANE BATISTA DE PAULO LOBATO, ANA ALICE VILAS BOAS

Este estudo tem como objetivo principal compreender o sentido do trabalho para trabalhadores das fábricas de polvilho de mandioca no sul de Minas Gerais. A mandioca é um produto fundamental para garantir a segurança alimentar de várias regiões do mundo, sendo a terceira fonte de calorias para a alimentação humana na região dos trópicos. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa de natureza quantitativa, exploratória e descritiva, cujos dados foram tratados por meio de estatística descritiva (distribuição frequência e média) e duas técnicas multivariadas (análise de cluster e discriminante), utilizando-se o software SPSS no processamento dos dados. Quanto às expectativas e percepções sobre o trabalho (especificamente, o sentido do trabalho) foi evidenciada a existência de dois grupos/perfis diferentes de trabalhadores. Sete variáveis discriminaram, significativamente, tais grupos: 1) Garantia das necessidades básicas (transporte/educação/saúde); 2) Oportunidades de aprendizado no trabalho; 3) Desenvolvimento das habilidades interpessoais; 4) Igualdade de direitos; 5) Rotina/repetição de tarefas; 6) Boa comunicação com os chefes ou superiores e 7) Responsabilidade para superar os problemas do trabalho. Os resultados apresentados podem auxiliar na elaboração de programas de Gestão de Pessoas adequados à realidade dos trabalhadores das fábricas de polvilho em outras regiões nacionais e aos interesses organizacionais.

GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO

ESTUDO DO EMPODERAMENTO NA PERSPECTIVA DE MULHERES LÍDERES

KAROLINE BRASIL DE OLIVEIRA, GISELE SILVEIRA COELHO LOPES, MELISSA WATANABE, CRISTINA KEIKO YAMAGUCHI, ROSEMERI DUARTE

Este trabalho objetivou conhecer como as mulheres que ocupam cargos de liderança, utilizam o empoderamento no exercício profissional em uma instituição de ensino e tecnologia em Criciúma, Santa Catarina, Brasil. Na revisão da literatura foram contextualizados a mulher e sua inserção no mercado de trabalho, em busca de uma concepção de empoderamento e as dimensões do empoderamento da mulher no mercado de trabalho. A metodologia utilizada teve caráter descritivo e qualitativo. O instrumento de coleta de dados consistiu num roteiro com 16 questões que abordaram o bem-estar e sucesso profissional, o reconhecimento familiar, o processo de ascensão profissional e a participação das mulheres nos processos decisórios organizacionais. A pesquisa foi realizada com 10 mulheres que ocupavam cargos de chefia em diferentes setores da instituição em análise. Os resultados obtidos na pesquisa revelaram que as entrevistadas já demonstram expressões de empoderamento em seus cotidianos e a mulher se apresenta mais confiante e preparada para participar das tomadas de decisões em níveis hierárquicos maiores, além de interferir no próprio meio.

GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO

FATORES INFLUENCIADORES NA ADOÇÃO DE CAPACITAÇÃO A DISTÂNCIA

BRUNA MIYUKI KASUYA DE OLIVEIRA, ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS, ADRIANNE PAULA VIEIRA DE ANDRADE, RÔMULO ANDRADE DE SOUZA NETO, GABRIELA FIGUEIREDO DIAS

O artigo analisa os fatores influenciadores da adoção de e-learning, tendo como arcabouço a Teoria Unificada de Aceitação/Uso da Tecnologia. Foram realizadas cinco entrevistas semiestruturadas com servidores públicos, analisadas através da análise de conteúdo, auxiliada pelo software Atlas.ti®. Os resultados da pesquisa comprovaram que a realização de cursos de capacitação online é influenciada pelos fatores extrínsecos (expectativa de desempenho) e intrínsecos (motivação hedônica). Os fatores expectativa de esforço e condições facilitadoras também influenciam essa adoção, mas há moderadores que interferem, como tipo de curso e experiência computacional anterior. Além disso, não houve consenso quanto à influência do superior imediato.

GESTÃO DA QUALIDADE

QUALIDADE DOS SERVIÇOS AMBULATORIAIS NO MUNICÍPIO DE ACAIACA/MG

CAISSA VELOSO E SOUSA, LAURA MARIA E SILVA XAVIER, JEFFERSON RODRIGUES PEREIRA, LOUSANNE CAVALCANTI BARROS RESENDE

A administração pública brasileira, a partir da década de 1990, é marcada pela emergência da 'vertente societal'. Nesse contexto os estados passaram a se espelhar nas organizações administrativas do setor privado. Essa mimetização do modelo de gestão, do privado para o público, fez com que as instituições públicas voltassem seus interesses para o Marketing de Serviços. Diante dessas argumentações, o presente estudo foi desenvolvido com o objetivo de analisar a percepção dos usuários quanto à qualidade dos serviços de saúde ambulatoriais prestados pela Prefeitura Municipal de Acaiaca – MG. Para tal, por meio da aplicação da escala Servqual em usuários de serviços ambulatoriais do município de Acaiaca, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva à luz de uma abordagem quantitativa. Dentre os resultados destaca-se a dificuldade de identificação de fatores críticos na prestação de um serviço de qualidade em função da proximidade entre os sujeitos entrevistados e os prestadores de serviços, dadas características interioranas do município.

EDITORIAL

Dear readers

The first paper of this issue aims to analyze the influence of the attributes of the celebrity soccer cleats purchase intention. The results showed that there is no statistical significance between the purchase intention boot and attributes of endorsers: posture, image, history, playing club and the fact that player selection. The attributes of the endorsers who had an effect on purchase intention were: charisma, use of a famous brand, playing position, ability and professionalism, being the last two exerting an influence reverse. In the case of direct relationship stronger this was evidenced in the attribute charisma. The study provides a model applied to factors that influence the purchase intent; unifying understanding of the functional relationships about the attributes of the endorsers.

The second paper aims to characterize the Local Productive Arrangements presents in software companies the State of Paraná. Methodologically, was developed a descriptive, qualitative approach through multi-case study in 38 companies located in those LPAs. As main results, we emphasize that the software LPAs in the state presents a positive level of competitiveness, which not only innovation, but also the development of a local innovation system as a favorable environment, adequate infrastructure, attracting innovative companies and qualification of the workforce, are conditions for these LPAs to develop on a competitive basis.

The third research sought to identify patterns of consumption behavior perceived by the group of sports fishermen in Goiânia - Go, Brazil. The results showed that the central image of this segment consists of common attributes, namely: friends, friendship, companionship, socialization; unwind, rest, tranquility; nature; fishing forums; hobby, leisure and fun. The results indicate that this group of fisherman's presents as the unifying element lifestyle and the search for the same ideals (nature conservation / stress leakage) and not a particular product / brand. This research contributes to studies on the consumption of the area responsible for a wide supply chain in the Brazilian tourism, but still little explored.

The next paper of this issue aims to understand the meaning of work for workers of cassava factories in the south of Minas Gerais - Brazil. As for the expectations and perceptions about the job (specifically, the meaning of work) showed the existence of two different groups or profiles of workers. Seven variables discriminated significantly such groups: 1) Guarantee of basic needs (transport/education/health). 2) Opportunities for learning in the workplace, 3) Development of interpersonal skills, 4) Equal rights, 5) Routine or repetition of tasks, 6) Good communication with bosses or supervisors and 7) Responsibility to overcome the problems of work. These results can assist in developing Human Resources programs according to the reality of the workers of cassava factories and according to organizational interests.

The authors of the fifth paper focused on how women occupying leading positions, deal with empowerment in professional practice in an educational institution and technology in Criciúma, Santa Catarina, Brazil. The results of the survey revealed that the respondents already demonstrate empowerment of expressions in their daily lives and the woman appears more confident and prepared to participate in decision making at higher hierarchical levels, in addition to interfering in their locus.

The sixth paper analyzes influencers' factors on e-learning adoption applying the Unified Theory of Acceptance/Use of Technology model. The data were collected through semi-structured interviews with five civil servants and analyzed using the content analysis on software Atlas.ti®. The results obtained indicate that extrinsic (performance expectancy) and intrinsic (hedonic motivation) factors influence the decision to take distance education courses. Effort expectancy and facilitating conditions also influence adoption, but some moderators interfere, as type of course and previous computational experience, also there wasn't consensus about the influence of the immediate superior.

The Brazilian government from 1990 onwards was marked by the emergence of a 'societal provision'. In this context, the states began to mirror the private sectors' administrative organizations. This mimicry of the private management model by public institutions has caused them to direct their interests to the quality of services and, consequently, to the Marketing Services field. Faced with these arguments, the last study of this issue was developed in order to analyze the users' perception of the quality of outpatient health services provided by the municipality of Acaiaca - MG. The data was collected by means of a structured questionnaire, drawn from the SERVQUAL scale, which was answered by health service users in the municipality of Acaiaca / MG. A quantitative approach was used and the data was analyzed using univariate and bivariate statistics. Amongst the results, it was possible to identify that the income and education variables influence the perception of quality of a service. Given the characteristics of the municipality, which is far inland, it is inferred that there is some difficulty in identifying critical factors in providing the services due to the proximity between the subjects interviewed and service providers.

We hope you have a nice experience when reading the papers.

Alexandre Teixeira Dias, Dr
Cid Gonçalves Filho, Dr
Editors

CONTENTS

EDITORIAL	3	
CELEBRITY ENDORSEMENT AND SOCCER CLEATS PURCHASE INTENTION	11	WAGNER JUNIOR LADEIRA, CLECIO FALCAO ARAUJO, FERNANDO DE OLIVEIRA SANTINI, MIRIAM MARIANI HENZ
CHARACTERIZATION OF LPAs: THE CASE OF SOFTWARE COMPANIES IN PARANÁ STATE	29	WENDELL MYLER DA SILVA GUSSONI, ANDREAS DITTMAR WEISE, FLAVIANI SOUTO BOLZAN MEDEIROS
IMAGE OF SPORTS FISHING BY ITS PRACTITIONERS	47	ANA CAROLINA CAMPOS ABREU, RICARDO LIMONGI FRANÇA COELHO, ALTAIR CAMARGO FILHO, MARCOS INÁCIO SEVERO ALMEIDA
MEANINGS OF WORK - A EXPLORATORY STUDY WITH WORKERS OF CASSAVA'S STARCH IN MINAS GERAIS STATE – BRAZIL	65	LAUISA BARBOSA PINTO, ALESSANDRO VINICIUS DE PAULA, CHRISTIANE BATISTA DE PAULO LOBATO, ANA ALICE VILAS BOAS
EMPOWERMENT STUDY IN WOMEN'S PERSPECTIVE	82	KAROLINE BRASIL DE OLIVEIRA, GISELE SILVEIRA COELHO LOPES, MELISSA WATANABE, CRISTINA KEIKO YAMAGUCHI, ROSEMERI DUARTE
FACTORS THAT INFLUENCES THE ADOPTION OF A DISTANCE TRAINING PROGRAM	100	BRUNA MIYUKI KASUYA DE OLIVEIRA, ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS, ADRIANNE PAULA VIEIRA DE ANDRADE, RÔMULO ANDRADE DE SOUZA NETO, GABRIELA FIGUEIREDO DIAS
QUALITY OF OUTPATIENT SERVICES PROVIDED BY THE MUNICIPALITY OF ACAÍACA/MG	119	CAISSA VELOSO E SOUSA, LAURA MARIA E SILVA XAVIER, JEFFERSON RODRIGUES PEREIRA, LOUSANNE CAVALCANTI BARROS RESENDE

MARKETING

CELEBRITY ENDORSEMENT AND SOCCER CLEATS PURCHASE INTENTION

WAGNER JUNIOR LADEIRA, CLECIO FALCAO ARAUJO, FERNANDO DE OLIVEIRA SANTINI, MIRIAM MARIANI HENZ

This article aims to analyze the influence of the attributes of the celebrity soccer cleats purchase intention. For this, we used an interdisciplinary approach of multiple methods using the Repertory Grid techniques, Multidimensional Scaling and Multiple Regression. The results showed that there is no statistical significance between the purchase intention boot and attributes of endorsers: posture, image, history, playing club and the fact that player selection. The attributes of the endorsers who had an effect on purchase intention were: charisma, use of a famous brand, playing position, ability and professionalism, being the last two exerting an influence reverse. In the case of direct relationship stronger this was evidenced in the attribute charisma. The study provides a model applied to factors that influence the purchase intent; unifying understanding of the functional relationships about the attributes of the endorsers.

STRATEGY

CHARACTERIZATION OF LPAs: THE CASE OF SOFTWARE COMPANIES IN PARANÁ STATE

WENDELL MYLER DA SILVA GUSSONI, ANDREAS DITTMAR WEISE, FLAVIANI SOUTO BOLZAN MEDEIROS

For organizations to remain competitive over time they have increased their cooperation agreements for transactions that require a high level of involvement and coordination among partners. For this, among other alternative strategies, has adopted the implementation of the Local Productive Arrangements (LPAs). Thus, this article aims to characterize the Local Productive Arrangements presents in software companies the State of Paraná. Methodologically, was developed a descriptive, qualitative approach through multi-case study in 38 companies located in those LPAs. As main results, we emphasize that the software LPAs in the state presents a positive level of competitiveness, which not only innovation, but also the development of a local innovation system as a favorable environment, adequate infrastructure, attracting innovative companies and qualification of the workforce, are conditions for these LPAs to develop on a competitive basis.

MARKETING

IMAGE OF SPORTS FISHING BY ITS PRACTITIONERS

ANA CAROLINA CAMPOS ABREU, RICARDO LIMONGI FRANÇA COELHO, ALTAIR CAMARGO FILHO, MARCOS INÁCIO SEVERO ALMEIDA

This research sought to identify patterns of consumption behavior perceived by the group of sports fishermen in Goiânia - Go, Brazil. We adopted a qualitative method, through the method of image setup - De Toni (2005). Data collection occurred through questionnaires with a sample of 20 respondents. The results showed that the central image of this segment consists of common attributes, namely: friends, friendship, companionship, socialization; unwind, rest, tranquility; nature; fishing forums; hobby, leisure and fun. The results indicate that this group of fisherman's presents as the unifying element lifestyle and the search for the same ideals (nature conservation / stress leakage) and not a particular product / brand. This research contributes to studies on the consumption of the area responsible for a wide supply chain in the Brazilian tourism, but still little explored.

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

MEANINGS OF WORK - A EXPLORATORY STUDY WITH WORKERS OF CASSAVA'S STARCH IN MINAS GERAIS STATE - BRAZIL

LAUISA BARBOSA PINTO, ALESSANDRO VINICIUS DE PAULA, CHRISTIANE BATISTA DE PAULO LOBATO, ANA ALICE VILAS BOAS

This study aims to understand the meaning of work for workers of cassava factories in the south of Minas Gerais - Brazil. Cassava is an essential product to ensure food security in many regions of the world, the third source of calories for human consumption in the tropics. Regarding the methodology, it is a quantitative survey whose data were analyzed by descriptive statistics (frequency distribution and average) and two multivariate techniques (cluster analysis and discriminate) using SPSS software. As for the expectations and perceptions about the job (specifically, the meaning of work) showed the existence of two different groups or profiles of workers. Seven variables discriminated significantly such groups: 1) Guarantee of basic needs (transport/education/health). 2) Opportunities for learning in the workplace, 3) Development of interpersonal skills, 4) Equal rights, 5) Routine or repetition of tasks, 6) Good communication with bosses or supervisors and 7) Responsibility to overcome the problems of work. These results can assist in developing Human Resources programs according to the reality of the workers of cassava factories and according to organizational interests.

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

EMPOWERMENT STUDY IN WOMEN'S PERSPECTIVE

KAROLINE BRASIL DE OLIVEIRA, GISELE SILVEIRA COELHO LOPES, MELISSA WATANABE, CRISTINA KEIKO YAMAGUCHI, ROSEMERI DUARTE

This study focused on how women occupying leading positions, deal with empowerment in professional practice in an educational institution and technology in Criciúma, Santa Catarina, Brazil. In the literature review were contextualized the woman and her insertion in the labor market in search of a conception of empowerment and dimensions of women's empowerment in the labor market. The methodology used was descriptive and qualitative. The data collection instrument consisted of a road map 16 questions that addressed the welfare and professional success, family recognition, career advancement process and women's participation in organizational decision making. The survey was conducted with 10 women occupying senior positions in different sectors of the institution in question. The results of the survey revealed that the respondents already demonstrate empowerment of expressions in their daily lives and the woman appears more confident and prepared to participate in decision making at higher hierarchical levels, in addition to interfering in their locus

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

FACTORS THAT INFLUENCES THE ADOPTION OF A DISTANCE TRAINING PROGRAM

BRUNA MIYUKI KASUYA DE OLIVEIRA, ANATÁLIA SARAIVA MARTINS RAMOS, ADRIANNE PAULA VIEIRA DE ANDRADE, RÔMULO ANDRADE DE SOUZA NETO, GABRIELA FIGUEIREDO DIAS

This paper analyzes influencers' factors on e-learning adoption applying the Unified Theory of Acceptance/Use of Technology model. The data were collected through semi-structured interviews with five civil servants and analyzed using the content analysis on software Atlas.ti®. The results obtained indicate that extrinsic (performance expectancy) and intrinsic (hedonic motivation) factors influence the decision to take distance education courses. Effort expectancy and facilitating conditions also influence adoption, but some moderators interfere, as type of course and previous computational experience, also there wasn't consensus about the influence of the immediate superior.

QUALITY MANAGEMENT

QUALITY OF OUTPATIENT SERVICES PROVIDED BY THE MUNICIPALITY OF ACAIACA/MG

CAISSA VELOSO E SOUSA, LAURA MARIA E SILVA XAVIER, JEFFERSON RODRIGUES PEREIRA, LOUSANNE CAVALCANTI BARROS RESENDE

The Brazilian government from 1990 onwards was marked by the emergence of a 'societal provision'. In this context, the states began to mirror the private sectors' administrative organizations. This mimicry of the private management model by public institutions has caused them to direct their interests to the quality of services and, consequently, to the Marketing Services field. Faced with these arguments, the present study was developed in order to analyze the users' perception of the quality of outpatient health services provided by the municipality of Acaiaca - MG. The data was collected by means of a structured questionnaire, drawn from the SERVQUAL scale, which was answered by health service users in the municipality of Acaiaca / MG. A quantitative approach was used and the data was analyzed using univariate and bivariate statistics. Amongst the results, it was possible to identify that the income and education variables influence the perception of quality of a service. Given the characteristics of the municipality, which is far inland, it is inferred that there is some difficulty in identifying critical factors in providing the services due to the proximity between the subjects interviewed and service providers.