

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

FACES

JOURNAL

<https://revista.fumec.br/index.php/facesp>

*Publicação Trimestral da Faculdade
de Ciências Empresariais*



Belo Horizonte - MG
FACES R. Adm. • Belo Horizonte
v.24 • n.4 • Out./Dez. • 2025

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Air Rabelo

REITORIA

Profª. Ma. Mércia Cristina Scarpelli Reis de Souza

PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO

Prof. Dr. Sérgio Henriques Zandona Freitas

DIRETORA GERAL DA FACE - FACULDADE DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

Profª. Renata de Sousa da Silva Tolentino

EDITOR

Prof. Frederico Leocádio Ferreira – Editor Geral

CONTATO PRINCIPAL

Frederico Leocádio Ferreira

Professor Doutor

Universidade FUMEC

Rua Cobre, 200 - 1º andar - Bairro Cruzeiro

30310-190 - Belo Horizonte - MG

E-mail: frederico.ferreira@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

Sérgio Henrique A. C. Forte, UNIFOR - CE

Rodrigo Bandeira de Melo, Univale/SC

Jorge Ferreira da Silva, IAG/PUC-RJ

Sérgio Bulgacov, CEPAD/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 Damiano da Silva, PUCPR

Roberto Marcos da Silva Montezano, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil

PROJETO GRÁFICO(REDESIGN) E EDITORAÇÃO:

Therusa Santana / Tecnologia da Informação

Revista de Administração FACES Journal / Universidade FUMEC, Faculdade de Ciências Empresariais. - v. 24, n. 4 (out./dez. 2025) - . - Belo Horizonte : Universidade FUMEC, Faculdade de Ciências Empresariais, 2000 - .

v. : il.

Trimestral

ISSN 1984-6975 (online)

1. Administração. 2. Negócios. I. Universidade FUMEC. Faculdade de Ciências Empresariais.

CDU: 658

Periodicidade: trimestral

Data de início da circulação: 1º semestre 2000

Versão virtual integral: <http://revista.fumec.br/index.php/facesp>

Indexação:

CAPES – Portal Periódicos

DOAJ - Directory of Open Access Journals

EBSCO - Host

E-Revistas - La Plataforma Open Access de Revistas Científicas Electrónicas

Espanolas 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

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 de Administração FACES Journal, há 23 anos, 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 50 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.

A instituição, sem fins lucrativos, 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 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 Revista de Administração FACES Journal tem como foco e escopo publicar artigos no campo da Administração e áreas afins com uma contribuição teórica e gerencial. A intenção é publicar artigos decorrentes de pesquisas robustas, que resultem em avanço do conhecimento, com argumentos que destaquem a relevância e importância do estudo, com alto grau de ineditismo e que apresentem o estado da arte do fenômeno estudado.

TIPOS DE ARTIGOS VEICULADOS NA FACES

Desenvolvimento teórico: sustentados por ampla e aprofundada pesquisa bibliográfica com propostas de novos modelos e interpretações para fenômenos relevantes no campo da Administração de Empresas e áreas afins.

Trabalhos empíricos: direcionados mais para a prática do administrador. Os artigos baseiam-se em pesquisas metodologicamente bem fundamentadas, podem apresentar hipóteses que compreendem as teorias e suas variáveis, os resultados que comprovam (ou não) a teoria.

A revista não aceita artigos bibliométricos, ensaio teórico.

TEMAS E LINHAS EDITORIAIS

- Comportamento Organizacional
- Contabilidade
- Empreendedorismo
- Ensino e Pesquisa em Administração
- Estratégia em Organizações
- Finanças
- Gestão da Informação
- Gestão de Operações e Logística
- Estudos Organizacionais
- Gestão de Pessoas
- Gestão Internacional
- Gestão Pública e Governança
- Inovação e Tecnologia
- Marketing
- Organizações
- Relações de Trabalho
- Teoria das Organizações

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

O presente número da Revista de Administração FACES Journal dá continuidade ao compromisso do periódico com a divulgação de pesquisas que contribuem para o avanço teórico e empírico da área de Administração, reunindo estudos que abordam fenômenos organizacionais, mercadológicos e sociais a partir de diferentes perspectivas analíticas e metodológicas. O primeiro artigo analisa o e-commerce de moda no contexto brasileiro, investigando como distintas dimensões da qualidade do serviço eletrônico influenciam a satisfação e a intenção de recompra, com ênfase na qualidade percebida dos produtos, na conveniência e na comunicação no ambiente digital. O segundo artigo dedica-se à análise do comportamento do consumidor feminino, ao examinar os antecedentes da lealdade à marca, incorporando dimensões psicológicas e perceptuais, como o perfeccionismo, a consciência de marca, a percepção de qualidade e a satisfação, oferecendo contribuições teóricas e implicações gerenciais relevantes para estratégias de marketing. O terceiro estudo examina os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre os retornos das ações no mercado acionário brasileiro, evidenciando a complexidade das reações do mercado financeiro diante de crises sanitárias e o papel das medidas restritivas na restauração da confiança dos investidores. A edição também contempla uma pesquisa qualitativa no campo da gestão em saúde pública, que analisa as potencialidades e os desafios estruturais e processuais para a implementação de ações de reabilitação psicossocial nos Centros de Atenção Psicossocial (CAPS), destacando limitações institucionais e a necessidade de fortalecimento das articulações intersetoriais. Por fim, o quinto artigo problematiza o discurso da democracia racial na administração pública brasileira a partir das percepções de pesquisadores da área, evidenciando como tal narrativa impacta a formulação e a efetividade de políticas públicas voltadas à promoção da igualdade racial. Ao reunir esses trabalhos, a FACES reafirma seu compromisso com a pluralidade epistemológica, o rigor científico e a relevância social da produção acadêmica em Administração.

Nosso objetivo é que os trabalhos selecionados acrescentem conhecimentos e auxiliem no suporte científico das diversas áreas de estudo abarcadas nesta edição da Revista de Administração FACES Journal. Os trabalhos que compõem este número são:

COMPREENSÃO DA SATISFAÇÃO E INTENÇÃO DE RECOMPRA NO E-COMMERCE DE MODA BRASILEIRO: UMA ANÁLISE EMPÍRICA COM MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS

Nicole Evelyn Rocha Silva; Marlusa de Sevilha Gosling; Eduardo Teixeira Magalhães; Iury Teixeira de Sevilha Gosling

STUDY OF THE FACTORS THAT INFLUENCE FEMALE LOYALTY TO BRANDS

Raoni de Oliveira Inácio; Maurinice Daniela Rodrigues; Harrison Bachion Ceribeli; Maria Laura Pereira Fonseca; Nicolas Santos de Castro

MORTES, QUARENTENA E VACINAÇÃO: ANÁLISE DAS CONSEQUÊNCIAS DA COVID-19 SOBRE O RETORNO DAS AÇÕES DE EMPRESAS BRASILEIRAS

Cláudio Pilar da Silva Júnior

DESAFIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES DE MELHORIA NOS CENTROS DE ATENÇÃO PSICOSSOCIAL EM UM MUNICÍPIO DO SUL DO BRASIL

Luana Von Grafen Souza; Leander Luiz Klein; Alexandre Eduardo Porporati Fassinato

DEMOCRACIA RACIAL: UM DISCURSO PRESENTE NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA BRASILEIRA

Karina Francine Marcelino; Mário César Barreto Moraes

Prof. Dr. Frederico Leocádio Ferreira

Editor-chefe da Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

8 COMPREENSÃO DA SATISFAÇÃO E INTENÇÃO DE RECOMPRA NO E-COMMERCE DE MODA BRASILEIRO: UMA ANÁLISE EMPÍRICA COM MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS

NICOLE EVELYN ROCHA SILVA, MARLUSA DE SEVILHA GOSLING, EDUARDO TEIXEIRA MAGALHÃES, IURY TEIXEIRA DE SEVILHA GOSLING

Apesar da expansão do e-commerce no Brasil, especialmente no setor de moda, ainda há espaço para estudos empíricos que analisem, de forma integrada, como dimensões da qualidade do serviço eletrônico influenciam a satisfação e a intenção de recompra, considerando as particularidades culturais e socioeconômicas do consumidor brasileiro. Este estudo propõe analisar os efeitos de seis dimensões do e-service quality — envolvimento com a moda, qualidade percebida do produto, conveniência, segurança, cumprimento e comunicação — sobre a satisfação e a intenção de recompra no e-commerce de moda. Com abordagem quantitativa e baseada em survey, os dados foram analisados por meio de modelagem por equações estruturais (CB-SEM). Os resultados reforçam a aplicabilidade da qualidade de serviço de Parasuraman et al. (1988) como elemento central no ambiente digital, e, ainda destacam a qualidade percebida dos produtos, a conveniência de compra e a comunicação eficaz como fatores cruciais para a satisfação do consumidor e intenção de recompra, em razão da natureza de processamento físico do serviço no ecommerce de moda. A pesquisa é limitada pelo seu desenho transversal, que pode não captar plenamente as mudanças dinâmicas no comportamento dos consumidores ao longo do tempo. Recomenda-se futuras investigações longitudinais com métodos qualitativos ou mistos, e, especial, atenção a agenda de investigação proposta.

29 STUDY OF THE FACTORS THAT INFLUENCE FEMALE LOYALTY TO BRANDS

RAONI DE OLIVEIRA INÁCIO, MAURINICE DANIELA RODRIGUES, HARRISON BACHION CERIBELI, MARIA LAURA PEREIRA FONSECA, NÍCOLAS SANTOS DE CASTRO

The present study aims to analyze how female perfectionism, women's brand awareness, female quality awareness and female satisfaction are related to female brand loyalty. A survey was carried out with 349 self-declared female consumers. Data were treated using Structural Equations. As main results, the present study shows that: a) A brand focused on women's clothing that generates brand awareness positively influences female satisfaction with the brand the interviewee has in mind; b) The awareness of feminine quality positively influences brand awareness, female loyalty to the brand, and female satisfaction with the brand; c) Female perfectionism positively interferes with brand awareness and quality, as well as female satisfaction. In a practical way, it expands the possibility for managers to carry out marketing actions with the aim of female loyalty. The research contributes to understand female behavior around female loyalty. Through the findings, it was possible to reveal a theoretical model that demonstrates some antecedents of such a construct. To date, no model has been found that reveals such conditions.

51 MORTES, QUARENTENA E VACINAÇÃO: ANÁLISE DAS CONSEQUÊNCIAS DA COVID-19 SOBRE O RETORNO DAS AÇÕES DE EMPRESAS BRASILEIRAS

CLÁUDIO PILAR DA SILVA JÚNIOR

Este artigo teve por objetivo analisar os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre os retornos das ações no mercado acionário brasileiro, considerando o impacto do número de casos, mortes, quarentena e vacinação. Usando regressões em painel para o período de 26/02/2020 a 30/06/2022, os resultados indicaram que a implementação de medidas restritivas, como o lockdown parcial, influenciou positivamente o retorno no mercado financeiro. Por sua vez, contrariando os estudos internacionais, a variação no número de casos e de mortes, utilizadas para mensurar a covid-19, e o avanço da vacinação não desempenharam uma influência significativa estatisticamente sobre o retorno no mercado financeiro. A principal contribuição da pesquisa reside em demonstrar a complexidade das reações do mercado à pandemia, evidenciando que, apesar dos desafios, a aplicação de medidas restritivas pode ser um dos fatores para a restauração da confiança dos investidores.

69 DESAFIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES DE MELHORIA NOS CENTROS DE ATENÇÃO PSICOSSOCIAL EM UM MUNICÍPIO DO SUL DO BRASIL

LUANA VON GRAFEN SOUZA, LEANDER LUIZ KLEIN, ALEXANDRE EDUARDO PORPORATI FASSINATO

O presente estudo tem como objetivo identificar as potencialidades e dificuldades que influenciam a implementação de ações de reabilitação psicossocial nos Centros de Atenção Psicossocial (CAPS) de um município do estado do Rio Grande do Sul. Inserido no campo da Gestão em Saúde Pública, o artigo adota uma abordagem qualitativa, com foco nas dimensões de estrutura e processos. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com oito trabalhadores dos serviços. Na dimensão estrutura, observou-se a absorção de casos leves e moderados, espaços físicos inadequados, deficiências de acessibilidade, falta de equipamentos, transporte e materiais, além de dificuldades no acesso a medicamentos. Na dimensão processos, destacaram-se avaliações positivas sobre acolhimento e ações terapêuticas, mas também limitações como baixa adesão ao projeto terapêutico, burocracia no atendimento às crises e fragilidades no matriciamento com a atenção básica. As iniciativas de reabilitação psicossocial mostraram-se pontuais e pouco integradas à rede de trabalho e renda. Profissionais relataram sobrecarga, cansaço e falta de suporte estrutural, embora demonstrassem comprometimento e resiliência. O estudo, conclui que é necessário fortalecer os CAPS existentes e ampliar a articulação com redes intersetoriais para consolidar o modelo de atenção psicossocial.

88 DEMOCRACIA RACIAL: UM DISCURSO PRESENTE NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA BRASILEIRA

KARINA FRANCINE MARCELINO, DRA., MÁRIO CÉSAR BARRETO MORAES

Estudos exploratórios e descritivos, baseados em fontes bibliográficas e documentais, demonstram que a ideia de democracia racial permanece enraizada na sociedade brasileira. Contudo, há uma carência de estudos empíricos sobre a administração pública em relação à essa temática, tema frequentemente evitado pelos administradores. O objetivo deste estudo é compreender o discurso da democracia racial na administração pública brasileira a partir das percepções de pesquisadores da área de Administração. Para isso, foi realizada uma pesquisa com pesquisadores vinculados a Universidades Públicas do Estado de Santa Catarina. Os dados foram analisados utilizando técnicas de análise de conteúdo, com abordagens descritivas e interpretativas. Os resultados revelam que os pesquisadores compreendem o discurso da democracia racial de duas maneiras: aqueles que acreditam na democracia racial afirmam que não há leis segregacionistas no Brasil, enquanto outros negam sua existência, citando a própria existência do racismo e a falta de discussão social sobre questões raciais. A principal contribuição do estudo é apresentar a percepção dos pesquisadores, evidenciando que o discurso da democracia racial impacta significativamente a administração pública, dificultando a implementação de políticas efetivas para a promoção da igualdade racial e mascarando realidades de desigualdade e discriminação.