

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

FACES

JOURNAL

TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO

MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION

www.revistafaces.fumec.br

Publicação Trimestral da
Faculdade de Ciências Empresariais
Universidade FUMEC



UNIVERSIDADE
FUMEC/FACE
www.face.fumec.br

Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. · Belo Horizonte · v. 7 · n. 2 · p. 1-130 · abr./jun. 2008

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Air Rabelo

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor: Prof. Antonio Tomé Loures

Vice-reitora: Profa. Maria da Conceição Rocha

Pró-Reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão: Prof. Eduardo Martins de Lima

Pró-Reitor de Planejamento e Administração: Prof. Roberto Uchôa Costa

FACE-FUMEC

Diretor Geral: Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino: Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro: Prof. Emiliano Vital de Souza

EDITOR

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho (Universidade FUMEC)

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto (Universidade FUMEC)

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira (Universidade FUMEC)

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO NACIONAL

Prof. Dr. Clóvis L. Machado-da-Silva - CEPPAD/UFPR

Prof. Dr. Sérgio Bulgacov - CEPPAD/UFPR

Prof. Dr. Tomás de Aquino Guimarães - UNB

Prof. Dr. Jorge Ferreira da Silva - IAG /PUC-RJ

Prof. Dr. Rodrigo Bandeira de Melo - Univale-SC

Prof. Dr. Sergio Henrique A. C. Forte - UNIFOR-CE

Prof. Dr. Sérgio Carvalho Benício de Melo - PPGA/UFPE

Prof. Dr. Eduardo André Teixeira Ayrosa - EBAP/FGV-RJ

Prof. Dr. André Torres Urdan - EASP/FGV-SP

Prof. Dr. Antônio Artur de Souza - CEPEAD/UFMG

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves - Univ. FUMEC

Prof. Dr. Mauro Calixta Tavares, Mestrado/FCHPL

Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga - CEPEAD/UFMG

Profa. Dra. Marília Damiani Costa, UFSC

Prof. Dr. Oscar Dalfovo, Universidade Regional de Blumenau

Prof. Dr. Antonio Balloni, CENPRA/MICT

Assinatura anual (3 números): R\$ 90,00

Pedidos: assinaturas.faces@face.fumec.br

Periodicidade: trimestral

Data de início da circulação: 1º semestre 2000

Versão virtual Integral: www.revistafaces.com.br

Indexação:

Em base de dados:

Dare database / UNESCO (em trâmite)

<http://databases.unesco.org/dare>

Em portal vertical:

Canal Ciência (em trâmite)

<http://www.canalciencia.ibict.br>

Distribuição: permuta (associações, centros de pesquisas, universidades, organizações públicas ou privadas), assinaturas e venda avulsa

Revisor: Prof. Dr. Luis Claudio Vieira de Oliveira

Projeto gráfico e editoração: Authentica Comunicação

Tiragem: 2000 exemplares

Prof. Edson Luiz Riccio, FEA/USP

Profa. Dra. Suzana Braga Rodrigues, FUMEC

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Prof. Thomas Brashear, UMASS

Prof. Dr. Luc Quoniam, Université du Sud Toulon-Var

Prof. Dr. David Bruce, Institute of International Business

Prof. Jürgen Müller, Berlin School of Economics

Prof. Dr. César Archuby, Universidad de La Plata

Prof. Dr. Armando Malheiro, Universidade do Porto

Prof. Dr. Gustavo Guzman, Griffith University

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 Juvenio 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 IbmeccRJ

EDITORES ASSOCIADOS

Prof. Marco Túlio Freitas, MSc

Prof. Fernando Francisco Soares Rocha, MSc

**FACES. Revista de Administração - v. 7, n. 2, 2009
- Belo Horizonte / MG: FUMEC, 2009**

Trimestral

ISSN 1517-8900

1. Administração - Periódicos. I. Fundação Mineira de Educação e Cultura. Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte

CDD: 658(05)

Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG
www.revistafaces.fumec.br - 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 40 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 12 mil alunos e 412 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 infra-estrutura: 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. Um novo câmpus está sendo edificado na região do seis-pistas, Nova Lima.

MISSÃO DA UNIVERSIDADE FUMEC

Formar cidadãos portadores de valores de responsabilidade social, justiça e ética, nas diferentes áreas do conhecimento, aptos a serem inseridos nos diversos setores profissionais, capazes de contribuir para a transformação da sociedade, de modo a torná-la verdadeiramente democrática.

MISSÃO DA REVISTA FACES

Fomentar a produção e a disseminação do conhecimento em Administração de Empresas, contribuindo para o desenvolvimento e o progresso do país e da sociedade.

FOCO DA REVISTA FACES

A FACES busca atender a um amplo espectro de domínios de conhecimentos, perspectivas e questões em Administração. O público-alvo da FACES é composto por um estrato relevante da comunidade empresarial – administradores, executivos, consultores e executivos de alta e média gerência –, e por acadêmicos – professores, pesquisadores e estudantes de Administração e áreas afins.

TIPOS DE ARTIGOS VEICULADOS NA FACES

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

Trabalhos empíricos: direcionados mais para a prática do administrador, os artigos baseiam-se 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 da Ciência e Tecnologia
- Administração Hospitalar
- Casos em Administração Brasileira
- Comportamento Organizacional
- Contabilidade
- Controle Gerencial
- Economia
- Ensino e Pesquisa em Administração
- Estratégia
- Finanças
- Gestão da Informação
- Gestão de Operações e Logística
- Gestão Internacional
- Gestão Pública e Governança
- Mercadologia
- Organizações
- Políticas Públicas
- Recursos Humanos
- Relações de Trabalho
- Sistemas de Saúde
- Teoria das Organizações

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

É motivo de satisfação para nós, da Faculdade de Ciências Empresariais da Universidade Fumec, apresentar a nova edição da REVISTA FACES / FACES JOURNAL.

Este número inicia-se pelo trabalho "A framework for social responsible retailing (SRR) business practices". Neste artigo, os professores Thomas G. Brashear, Anthony K. Asare, Lauren Labrecque e Paulo Cesar Motta desenvolvem um quadro referencial que analisa práticas de responsabilidade social em varejistas, observando a cadeia de suprimentos no sentido do cliente, sob a ótica dos *stakeholders* internos e externos.

No trabalho intitulado "Personalidade e consumo ecologicamente consciente", Plínio Rafael Reis Monteiro, Ricardo Teixeira Veiga, Marlusa Gosling e Márcio Augusto Gonçalves investigam a relação entre personalidade e consumo ecologicamente consciente. Por meio de um levantamento com uma amostra de 735 pessoas, obteve-se razoável sustentação empírica para um modelo em que os traços de personalidade explicam percentual considerável da variância do consumo ecologicamente consciente.

Os pesquisadores Lélis Balestrin Espartel, Carlos Alberto Vargas Rossi, Cláudio Hoffmann Sampaio e Marcelo Gatterman Perin apresentam em "

Antecedentes da lealdade: um estudo longitudinal", as relações entre a confiança e o valor percebido e seu papel como antecedente da lealdade ao longo do tempo, em três diferentes situações de consumo: cerveja, posto de gasolina e supermercado.

De autoria de Gilberto de Oliveira Moritz, Rogério Nuner e Maurício Fernandes Pereira, o artigo "Os métodos de prospecção de cenários e sua aplicação nas organizações: um estudo de caso no período 1998-2008 " apresenta as principais

metodologias de prospecção de cenários, discutindo as etapas propostas na literatura para a prospecção de cenários e, a partir destas metodologias, apresentando a experiência de uma organização que formulou, em 1998, os cenários que enfrentaria até 2008.

Em "Stakeholders na atividade hospitalar: uma investigação setorial no estado de São Paulo", Paulo Cesar Gonçalves, João Maurício Gama Boaventura, Benny Kramer Costa e Adalberto Américo Fischmann descrevem a dinâmica do setor hospitalar no Estado de São Paulo buscando revelar como os *stakeholders* daquele setor interagem. O método empregado é a análise de *stakeholders*, que busca a identificação daqueles de maior influência de um setor e compila como seus interesses e ações definem a dinâmica do mesmo.

No artigo "Remuneração Acionária, Sentimento de Propriedade e Motivação dos Empregados", Christiane Kleinübing Godoi, Rosilene Marcon, Cristina Pereira analisam com base nas teorias motivacionais, se os atuais sistemas de remuneração acionária continuam seguindo a lógica do controle comportamental extrínseco, ou se apresentam novas características ligadas à motivação intrínseca. Foi realizada análise estatística descritiva, associada à triangulação com os resultados qualitativos.

Boa leitura!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto
Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira
Editores Universidade Fumec

Dear Researchers, Academics, Managers and Business Community

It is with great satisfaction to us from the Business Science Faculty from FUMEC University, to present the new edition of FACES JOURNAL.

This edition begins with the work "A Framework for Social Responsible Retailing (SRR) Business Practices". In this article, the teachers Thomas G. Brashear, Anthony K. Asare, Lauren Labrecque and Paulo Cesar Motta develop a reference framework which examines practices of social responsibility in the retail, noting the supply chain towards the client from the perspective of internal and external stakeholders.

In the paper titled "Personality and Environmentally Conscious Consume", Plínio Rafael Reis Monteiro, Ricardo Teixeira Veiga, Marlusa Gosling and Márcio Augusto Gonçalves investigate the relationship between personality and environmentally conscious consume. Through a survey with a sample of 735 people, obtained is reasonable empirical support for a model in which personality traits explain considerable percentage of the variance of the environmentally conscious consume.

The Researchers Lélis Balestrin Espartel, Carlos Alberto Vargas Rossi, Cláudio Hoffmann Sampaio and Marcelo Gatterman Perin, present in "Background of loyalty: An over time study"

the relations between trust and perceived value and their role as antecedents of loyalty over time, in three different consuming situations: Beer, gas station and supermarket.

Of authorship of Gilberto de Oliveira Moritz, Rogério Nuner and Maurício Fernandes Pereira the article "Methods of exploration of the scenarios and their application in organizations: a case study in the period 1998-2008" presents the main

methods of exploration of scenarios, discussing the steps proposed in the literature to the exploration of scenarios and From these methodologies, present the experience of an organization which launched in 1998, the scenarios that would face by 2008.

In "Stakerholders in the Hospital Activity : A sectorial research in the State of São Paulo", Paulo Cesar Gonçalves, João Maurício Gama Boaventura, Benny Kramer Costa and Adalberto Américo Fischmann, describe the dynamics of the hospitals in the State of São Paulo trying to prove how stakeholders of that ndustry interact. The method employed is the analysis of stakeholders, which seeks to identify the most influential stakehoders of a sector, compiles with their interests and the actions define their dynamic.

In the article "Equity Remuneration, Self-Ownership and Employee Motivation", ", Christiane Kleinübing Godoi, Rosilene Marcon, Cristina Pereira analyze based on motivational theories, if the current systems of equity remuneration are still following the logic of extrinsic control behavior, or if they present new features related to intrinsic motivation. Descriptive statistical analysis was performed, associated with the triangulation with the qualitative results.

Have a nice reading!

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Fumec University Editors

SOCIAL RESPONSABILITY

11 O PAPEL DOS VAREJISTAS NA PRÁTICA DA INICIATIVA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL TEM SIDO NEGLIGENCIADO NA LITERATURA. Thomas G. Brashear, Anthony K. Asare, Lauren Labrecque, Paulo Cesar Motta

Este trabalho desenvolve um quadro de análise da Responsabilidade Social dos Varejistas (RSV), centrando-se na distribuição das práticas comerciais em toda a cadeia de suprimentos até o consumidor final e entre os stakeholders internos e externos do varejo. O quadro é apresentado como um ponto de partida para desenvolver o conceito de RSV e incide sobre o potente papel que os varejistas têm, desempenhando e coordenando as práticas da responsabilidade social empresarial.

ADMISNITRAÇÃO MERCADOLÓGICA

30 PERSONALIDADE E CONSUMO ECOLÓGICAMENTE CONSCIENTE. Plínio Rafael Reis Monteiro, Ricardo Teixeira Veiga, Marlusa Gosling, Márcio Augusto Gonçalves

Adotando-se como moldura teórica o Modelo Metateórico de Motivação e Personalidade (MOWEN, 2000), investigou-se a relação entre personalidade e consumo ecologicamente consciente. Por meio de um levantamento com uma amostra de 735 pessoas, obteve-se razoável sustentação empírica para um modelo em que os traços de personalidade explicam percentual considerável da variância do consumo ecologicamente consciente ($R^2 = 33\%$), interpretado como traço superficial da personalidade do consumidor. No modelo estimado, construtos relacionados ao cuidado com problemas ambientais são interpretados como traços situacionais, que remetem a traços mais profundos de personalidade. O significado dos resultados é avaliado conforme seu potencial em sustentar intervenções educacionais para promover o comportamento ecologicamente consciente.

50 ANTECEDENTES DA LEALDADE: UM ESTUDO LONGITUDINAL. Lélis Balestrin Espartel, Carlos Alberto Vargas Rossi, Cláudio Hoffmann Sampaio, Marcelo Gatterman Perin

Este trabalho aprofunda o conhecimento a respeito do construto de lealdade, avaliando as relações entre a confiança e o valor percebido e seu papel como antecedente da lealdade ao longo do tempo, em três diferentes situações de consumo: cerveja, posto de gasolina e supermercado. As análises foram realizadas através do teste de um modelo teórico, com o uso de modelagem em equações estruturais, a partir de amostras pareadas de consumidores em dois momentos no tempo, separados por um período de sete meses. Os resultados encontrados apontam para a estabilidade de ajustamento do modelo, tanto transversal quanto longitudinalmente. A verificação da intensidade das relações modeladas revelou algumas diferenças entre os produtos, especialmente no caso da cerveja, onde a percepção anterior de valor não apresentou impacto significativo na lealdade posterior. A partir destes resultados, são analisadas implicações acadêmicas e gerenciais do estudo.

ADMISNITRAÇÃO ESTRATÉGICA

68 OS MÉTODOS DE PROSPECÇÃO DE CENÁRIOS E SUA APLICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO NO PERÍODO 1998-2008. Gilberto de Oliveira Moritz, Rogério Nuner, Maurício Fernandes Pereira

O estudo de cenários tem-se mostrado cada vez mais relevante na formulação estratégica das organizações, e esta requer conhecimento na aplicação de metodologias que sustentem teoricamente a prospecção e escolha dos futuros possíveis, bem como na definição das estratégias a serem adotadas. O artigo apresenta as principais metodologias de prospecção de cenários, desenvolvidas por Godet (1993), General Electric (1979), Schwartz (2003), Porter (1992) e Marcial e Grumbach (2002). Discute as principais etapas propostas pelos autores para a prospecção de cenários e, a partir das metodologias, apresenta a experiência de uma organização que formulou, em 1998, os cenários que enfrentaria até 2008. Estão descritas as etapas desenvolvidas pela organização, desde a sensibilização organizacional, e os cenários utópico, realista e de crise previstos. Também estão apresentadas as ações previstas no período 1998-2008, onde se destaca a análise refe-

rente em relação à China vista em um cenário como concorrente e, em outro, como caminho para a expansão. Por fim, está a situação atual da organização, onde a prospecção de cenários desempenhou papel relevante na formulação e implementação estratégica, com destaque para a atuação consolidada no mercado interno e consistente no mercado internacional.

84 **STAKEHOLDERS NA ATIVIDADE HOSPITALAR: UMA INVESTIGAÇÃO SETORIAL NO ESTADO DE SÃO PAULO.** Paulo Cesar Gonçalves, João Maurício Gama Boaventura, Benny Kramer Costa, Adalberto Américo Fischmann

O objetivo deste trabalho consiste em descrever a dinâmica do setor hospitalar no Estado de São Paulo buscando revelar como os *stakeholders* daquele setor interagem. Caracteriza-se como um estudo da área de estratégia aplicado a análise de um setor. Trata-se de um estudo exploratório, com abordagem qualitativa, em que a coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas com especialistas pertencentes a distintos grupos de *stakeholders*, o qual busca a identificação dos *stakeholders* de maior influência de um setor e compila como seus interesses e ações definem a dinâmica do mesmo. Os especialistas pertenciam a diferentes grupos de *stakeholders* medida que demonstrou ter sido eficiente, pois, em virtude do conhecimento diversificado dos especialistas consultados, foi possível um levantamento de variáveis que abrangeram diversos aspectos. Os resultados revelaram que os *stakeholders* mais influentes do setor são: Pacientes, Saúde Suplementar, Ministério da Saúde, Concorrentes, Médicos, Indústria de Equipamentos Hospitalares, Indústria Farmacêutica e Indústria de Material Médico-Hospitalar. Verificou-se também que as variáveis ambientais de maior influência são: política governamental de saúde, inovações tecnológicas do setor hospitalar, poder aquisitivo da população, taxas de juros e idade média da população.

102 **REMUNERAÇÃO ACIONÁRIA, SENTIMENTO DE PROPRIEDADE E MOTIVAÇÃO DOS EMPREGADOS.** Christiane Kleinübing Godoi, Rosilene Marcon, Cristina Pereira Vecchio Balsini, Marcelo Cordeiro Teixeira

Esta pesquisa objetivou inicialmente analisar, com base nas teorias motivacionais, se os atuais sistemas de remuneração acionária continuam seguindo a lógica do controle comportamental extrínseco, formulado por Herzberg (1987), ou se apresentam novas características ligadas à motivação intrínseca. O estudo foi realizado em uma empresa brasileira do setor elétrico, que desenvolve, há quatro anos, um programa atípico de remuneração acionária. Estruturou-se primeiramente uma etapa exploratório-qualitativa que refutou a possibilidade de considerar como motivacionais os fatores gerados pelo Programa. No entanto, a etapa qualitativa fez surgir a hipótese de que o Programa seria capaz de produzir um sentimento de propriedade nos participantes. Retornando-se à teoria, construiu-se um modelo teórico visando explicar a formação do sentimento de propriedade através de cinco fatores: Comunicação do Programa, Informações Compartilhadas da Empresa, Participação no Processo Decisório, Obtenção de Ganhos Financeiros significativos e regulares e Tratamento dos Empregados como Proprietários. A análise estatística descritiva associada à triangulação com os resultados qualitativos refutou também a hipótese de formação do sentimento de propriedade, a partir do Programa.

SOCIAL RESPONSABILITY

11 A FRAMEWORK FOR SOCIAL RESPONSIBLE RETAILING (SRR) BUSINESS PRACTICES. Thomas G. Brashear, Anthony K. Asare, Lauren Labrecque, Paulo Cesar Motta

The role of retailers in the practice of social responsible initiatives has been overlooked in the literature. This paper develops a framework for analysis of Social Responsible Retailing (SRR) by focusing on retailing business practices across the supply chain to the end consumer and among the internal and external stakeholders of the retail landscape. The framework is presented as a starting point to develop the concept of SRR and focuses on the potential role retailers can play in developing and coordinating social responsible business practices.

ADMISNITRAÇÃO MERCADOLÓGICA

30 PERSONALITY AND ECOLOGICALLY CONSCIOUS CONSUMPTION. Plínio Rafael Reis Monteiro, Ricardo Teixeira Veiga, Marlusa Gosling, Márcio Augusto Gonçalves

adopting the Meta-theoretical Model of Motivation and Personality (MOWEN, 2000) as framework, the relationship between personality and ecologically conscious consumption was investigated. Based on a survey of a sample of 735 people, it was obtained fairly empirical support for a model where personality traits account for a relevant proportion of variance in ecologically conscious consumption ($R^2 = 33\%$), interpreted as a consumer superficial personality trait. In the estimated model, constructs about care with matters regarding the environment are interpreted as situational traits, which refer to deeper personality traits. The meaning of results is appraised according to their potential to sustain educational interventions to promote ecologically conscious consumption.

50 BACKGROUND OF LOYALTY: AN OVER TIME STUDY. Lélis Balestrin Espartel, Carlos Alberto Vargas Rossi, Cláudio Hoffmann Sampaio, Marcelo Gatterman Perin

This paper deepens the knowledge concerning the loyalty construct, evaluating the relationship between trust and perceived value and their role as loyalty antecedent over time, considering three different consumption situations: beer, gas station and supermarket. The analysis has been done by testing a theoretical model, using structural equation modeling, from consumer paired samples in two moments over time, separated by a seven month period. The results indicate model adjustment stability, just as cross-sectional as longitudinal. The verification on the modeled relationship intensity revealed some differences among the products, mainly in the case of beer where the previous perception of value did not present a significant impact in the following loyalty. From these findings, some academic and managerial implications are analyzed.

ADMISNITRAÇÃO ESTRATÉGICA

68 METHODS OF EXPLORATION OF THE SCENARIOS AND THEIR APPLICATION IN ORGANIZATIONS: A CASE STUDY IN THE PERIOD 1998-2008. Gilberto de Oliveira Moritz, Rogério Nuner, Maurício Fernandes Pereira

The study of scenarios has been increasingly relevant in the formulation of strategic organizations, and this requires knowledge in the application of methodologies that support the theory prospecting and choice of possible futures, as well as defining strategies to be adopted. The article presents the main methods of exploration of scenarios developed by Godet (1993), General Electric (1979), Schwartz (2003), Porter (1992) and Marcial and Grumbach (2002). Discussing the main steps proposed by the authors for the exploration of scenarios, from methodologies, presents the experience of an organization which launched in 1998, the scenarios that would face by 2008. They described the steps taken by the organization, from the organizational awareness, and the utopian scenarios, realistic and crisis predicted. Also presented are the actions envisaged in the period 1998-2008, where highlights regarding the analysis in relation to a scenario seen in China as a competitor,

and in another, as a way to expand. Finally, is the current status of the organization, where the prospect of scenarios played important role in formulating and implementing strategic, focusing on the actions consolidated in the domestic market and consistently in the international market.

84 **STAKERHOLDERS IN THE HOSPITAL ACTIVITY : A SECTORIAL RESEARCH IN THE STATE OF SÃO PAULO.** Paulo Cesar Gonçalves, João Maurício Gama Boaventura, Benny Kramer Costa, Adalberto Américo Fischmann

The goal of this study is to describe the dynamic of the hospital industry in the state of São Paulo, Brazil. It can be classified as a study in strategy applied to that industry. It is also an exploratory research with a qualitative approach. The data collection used interviews with experts from different stakeholders groups. The method applied is stakeholder analysis and it looks for identifying the main stakeholders and explains how its interests and actions define the dynamics of the industry. The experts belonged to different stakeholders groups, what proved being useful, once thanks to the plurality of this experts a broad kind of variables where covered in the study. The findings pointed the main stakeholders: patients, private health service systems, Health Ministry, competitors, physicians, hospital equipments manufacturers and the pharmaceutical industry. The key-environmental variables found were: public health policy, technological hospital innovations, interest rate and average population age.

102

EQUITY REMUNERATION, SELF-OWNERSHIP AND EMPLOYEE MOTIVATION. Christiane Kleinübing Godoi, Rosilene Marcon, Cristina Pereira Vecchio Balsini, Marcelo Cordeiro Teixeira

This study seeks, initially, based on motivational theories, to analyze whether the current shareholder compensation systems continue to follow the extrinsic behavioral control logic, formulated by Herzberg (1987), or whether they present new characteristics related to intrinsic motivation. The study was carried out in a Brazilian company in the electricity sector, which developed four years ago, an atypical shareholder compensation system. This system is structured primarily on an exploratory-qualitative stage which refuted the possibility of considering as motivational the factors generated by the Program. However, the qualitative stage led to the hypothesis that the Program would be capable of producing a feeling of ownership among the participants. Returning to the theory, a technical model was constructed to explain the formation of the feeling of ownership through five factors? Communication about the Program, Information Shared by the Company, Participation in the Decision-making Process, Obtaining significant and regular Financial Gains and Treatment of Employees as Owners. The descriptive statistical analysis associated with the triangulation with the qualitative results also refuted the hypothesis of the formation of a feeling of ownership resulting from the Program.