

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

# FACES

JOURNAL

**TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO**

**MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION**

**[www.revistafaces.fumec.br](http://www.revistafaces.fumec.br)**

Publicação Trimestral da  
Faculdade de Ciências Empresariais  
Universidade FUMEC



Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. · Belo Horizonte · v. II · n. 3 · p. 1-182 · jul./set. 2012

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

Presidente: Prof. Tiago Fantini Magalhães

**UNIVERSIDADE FUMEC**

Reitor: Prof. Doutor Eduardo Martins de Lima

Vice-reitora: Profa. Guadalupe Machado Dias

Pró-reitora de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão: Profa. Astréia Soares Batista

Pró-reitor de Graduação: Prof. Guilherme Moutinho Ribeiro

Pró-Reitora de Planejamento e Administração: Profa. Guadalupe Machado Dias

**FACE-FUMEC**

Diretor Geral: Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino: Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro: Prof. Emílio Vital de Souza

**EDITOR**

Henrique Cordeiro Martins, Universidade FUMEC – Editor Geral

Cid Gonçalves Filho, Universidade FUMEC

Luiz Claudio Vieira de Oliveira, Universidade FUMEC

**EDITORES ASSOCIADOS**

Prof. Marco Túlio Freitas, Universidade FUMEC

Carlos Alberto Gonçalves, Universidade FUMEC

**CONTATO PRINCIPAL****Henrique Cordeiro Martins**

Professor Doutor

Universidade Fumec

Av. Afonso Pena 3880 - 1º andar - Bairro Cruzeiro

30310-009 - Belo Horizonte - MG

E-mail: faces@fumec.br

**CONTATO PARA SUPORTE TÉCNICO**

Jessica Ferreira Rocha

E-mail: jessica@fumec.br

**CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO NACIONAL**

Edson Luiz Riccio, FEA/USP

Antonio Balloni, CENPRA/MICT

Oscar Dalfvo, Universidade Regional de Blumenau

Marília Damiani Costa, UFSC

Ricardo Teixeira Veiga, CEPEAD/UFMG

Mauro Calixta Tavares, Mestrado/FCHPL

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 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 Arimatás 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. 11, n. 3, 2012 Belo Horizonte / MG: FUMEC, 2012**

**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)**

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

Pedidos: faces@fumec.br

Periodicidade: trimestral

Data de início da circulação: 1º semestre 2000

Versão virtual integral: www.revistafaces.com.br

Indexação:

CAPEX – 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

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

Revisor: Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Projeto gráfico e editoração: Authentica Comunicação

Tiragem: 2000 exemplares

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 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 multimídia, 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

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 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

- Mercadologia
- Organizações
- Políticas Públicas
- Recursos Humanos
- Relações de Trabalho
- Sistemas de Saúde
- Teoria das Organizações

- Ensino e Pesquisa em Administração
- Estratégia
- Finanças
- Gestão da Informação
- Gestão de Operações e Logística
- Gestão Internacional
- Gestão Pública e Governança

- Administração da Ciência e Tecnologia
- Administração Hospitalar
- Casos em Administração Brasileira
- Comportamento Organizacional
- Contabilidade
- Controle Gerencial
- Economia

## Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

Prezados leitores, temos a grata satisfação de publicar mais um volume da *Revista de Administração Faces Journal*. Como de costume, procurando cobrir vários campos dos estudos organizacionais, apresentamos, na presente edição, artigos com temas atuais e instigantes, que permeiam as atividades acadêmicas e gerenciais. Esperamos, assim, que os textos aqui apresentados possam contribuir, de forma significativa, para a pesquisa científica e, também, para as práticas gerenciais.

Os autores, Daniel da Hora Alves Lima, Luis Fernando Hor-Meyll, Jorge Brantes Ferreira e Jorge Ferreira da Silva, em seu artigo "Investigando os fatores que influenciam a adoção de HDTV no Brasil", identificam os estímulos e barreiras à adoção da TV por assinatura em alta definição (HD), bem como a relação entre atributos do serviço de HD percebidos e a intenção de contratá-lo.

No artigo "Análise da causalidade e cointegração entre variáveis macroeconômicas e o Ibovespa", Fabiano Mello da Silva e Daniel Arruda Coronel verificam a relação de causalidade entre um conjunto de variáveis macroeconômicas, representadas por taxa de câmbio, taxa de juros, inflação (IPCA), índice de produção industrial como *proxy* do Produto Interno Bruto em relação ao Índice de Bolsa de Valores de São Paulo (Ibovespa).

Com o título "Percepção da incerteza e o perfil empreendedor no setor de serviços de alimentação", Adilson Aderito Da Silva, Haidar Gelanzauskas Fabiano, Márcia Oliveira Duarte, Rosana Cristina Martins da Silva Bandeira e Tarcila Prado Correa buscam mensurar a influência da percepção de incerteza sobre o perfil empreendedor de gestores, no setor de serviços de alimentação da cidade de São Paulo.

Os autores Christine da Silva Schröder e Luis Roque Klering, no artigo intitulado "Abordagens paradigmáticas alternativas: possibilidades para estudos em ADI", exploram abordagens

paradigmáticas alternativas para a pesquisa na área de Administração da Informação (ADI), a partir de perspectivas que se contrapõem à ontologia positivista-funcionalista ou que podem complementá-la.

No artigo "Fragilidade nas redes internacionais de cooperação empresarial", Tania Gonzalez discute a fragilidade nas redes internacionais de cooperação empresarial, por meio de uma metodologia baseada no realismo crítico.

Rogério Tadeu de Oliveira Lacerda, Leonardo Ensslin e Sandra Rolim Ensslin, com o artigo "Metodologia de gestão de processos e *Dynamic Capabilities*", objetivam apresentar alguns requisitos que podem elevar a área de conhecimento de Gestão de Processos a uma *Dynamic Capability*.

O artigo "Consumo consciente, valor e lealdade em produtos ecologicamente corretos", de Deonir De Toni, Fabiano Larentis, Adilene Mattia, tem por objetivo propor um *framework* teórico, que relaciona as dimensões do consumo consciente, o valor percebido em produtos ecologicamente corretos, a lealdade e o envolvimento, como formas de melhor entender a estrutura do comportamento do consumidor consciente.

Finalmente, no artigo "Modelo de planejamento e controle gerencial para Educação a Distância", os autores Thiago Coelho Soares, Marcus Vinicius Andrade de Lima, Gilberto de Oliveira Moritz Gomoritz e Marcus Dalmau verificaram a interação do Beyond Budgeting com Skandia Navigator, como uma ferramenta de gestão em um programa de cursos *latu sensu* de uma instituição de ensino a distância.

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Editores Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

**Dear Researchers, Academics, Managers and Business Community**

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 managerial practices.

The authors Daniel da Hora Alves Lima, Luis Fernando Hor-Meyll, Jorge Brantes Ferreira and Jorge Ferreira da Silva, in his article "Investigating Driving Factors of HDTV Adoption In Brazil", identify the stimuli and barriers to adoption of TV subscription in high definition (HD), as well as the relationship between service attributes and HD perceived intention to hire you.

In the article "Analysis of Causality and Cointegration between Macroeconomic Variables and IBOVESPA", the authors Fabiano Mello da Silva and Daniel Arruda Coronel investigated the causality relation among the set of macroeconomic variables, represented by interest and exchange rates, inflation and Industrial Production Index as proxy of the Gross Internal Product regarding São Paulo Stock Exchange Index (IBOVESPA).

With the title "Perception of Uncertainty and the Entrepreneurial Food Service Industry", Adilson Aderito Da Silva, Haidar Gelanzauskas Fabiano, Márcia Oliveira Duarte, Rosana Cristina Martins da Silva Bandeira, Tarcila Prado Correa analyzed the perceived uncertainty impacts on the manager's entrepreneurial profile in São Paulo services industry.

The authors Christine da Silva Schröder and Luis Roque Klering, in the article "Alternative Paradigmatic Approaches: Possibilities to Information Administration Studies" analyzes alternative paradigmatical approaches by the Administration

of Information research, from perspectives that set against the positivist-functionalist ontology, or, from that can complement it.

In the article "Fragile Networks in International Business Cooperation" the author Tania Gonzalez discusses the weakness in international networks of business cooperation, through a methodology based on critical realism.

Rogério Tadeu de Oliveira Lacerda, Leonardo Ensslin and Sandra Rolim Ensslin, in the article "Business Process Management Methodology and Dynamic Capability", aims to present some theoretical constructs that, once reached by a process management methodology, may increase this area of knowledge to a dynamic capability.

In the article "Conscious Consumption, Value and Loyalty in Environmentally Friendly Products", Deonir De Toni, Fabiano Larentis, Adilene Mattia, aims to propose a theoretical framework that relates the dimensions of consumer consciousness, the perceived value of environmentally friendly products, loyalty and involvement, as ways to better understand the behavior structure of conscious consumer.

Finally, in the article "Planning Model and Managerial Control for Distance Education", the authors Thiago Coelho Soares, Marcus Vinicius Andrade de Lima, Gilberto de Oliveira Moritz Gomoritz and Marcus Dalmau aims to determine the interaction with the Beyond Budgeting Skandia Navigator as a management tool in a distance learning institution.

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira

Editors of the Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

## MARKETING

### 13 INVESTIGANDO OS FATORES QUE INFLUENCIAM A ADOÇÃO DE HDTV NO BRASIL. Daniel da Hora Alves Lima, Luis Fernando Hor-Meyll, Jorge Brantes Ferreira, Jorge Ferreira da Silva

*Três anos depois do lançamento da TV digital no Brasil, sua penetração ainda é pequena. O consumidor de conteúdo em alta definição tem sido principalmente assinantes de TV paga, em geral famílias com renda elevada, mas potenciais formadores de opinião. Para identificar estímulos e barreiras à adoção da TV por assinatura em alta definição (HD), quinze potenciais usuários foram entrevistados. Em seguida, um survey foi conduzido em amostra de 348 assinantes de TV paga que não contratavam pacotes HD. Os dados foram tratados por técnicas de data mining e árvore de decisão, identificando-se a relação entre atributos do serviço de HD percebidos e a intenção de contratá-lo. Os resultados sugerem que a disponibilidade de conteúdo em HD, recursos percebidos, renda familiar e a percepção de facilidade de uso da tecnologia têm impacto significativo na intenção de adoção de um serviço por assinatura de HDTV.*

## ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

### 31 ANÁLISE DA CAUSALIDADE E COINTEGRAÇÃO ENTRE VARIÁVEIS MACROECONÔMICAS E O IBOVESPA. Fabiano Mello da Silva, Daniel Arruda Coronel

*O objetivo deste trabalho foi de verificar a relação de causalidade entre um conjunto de variáveis macroeconômicas, representadas por taxa de câmbio, taxa de juros, inflação (IPCA), índice de produção industrial como proxy do Produto Interno Bruto em relação ao Índice de Bolsa de Valores de São Paulo (Ibovespa). O período de análise compreendeu os meses de janeiro de 1995 a dezembro de 2010, perfazendo um total de 192 observações para cada variável. Os testes de Johansen, através da estatística do traço e do máximo autovalor, indicaram a existência de pelo menos um vetor de cointegração. Na análise dos testes de causalidade de Granger via correção de erros, ficou constatado que existiu causalidade de curto prazo entre o IPCA e o Ibovespa. No que concerne à causalidade de Granger de longo prazo, os resultados indicaram comportamento de longo prazo entre as variáveis macroeconômicas com o IBOVESPA. Os*

*resultados do vetor normalizado de longo prazo para a variável Ibovespa evidenciaram que a maioria dos sinais dos parâmetros da equação de cointegração estão de acordo com o sugerido pela teoria econômica. Em outras palavras, houve um comportamento positivo do PIB e negativo da inflação e da taxa de câmbio (esperava-se uma relação positiva) em relação ao Ibovespa, com exceção da taxa Selic, que não foi significativa com o referido índice. A variância do Ibovespa foi explicada em mais de 90% por ela mesma no mês doze, seguida do risco-país, com menos de 5%.*

## ESTRATÉGIA

### 54 PERCEPÇÃO DA INCERTEZA E O PERFIL EMPREENDEDOR NO SETOR DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO. Adilson Aderito Da Silva, Haidar Gelanzauskas Fabiano, Márcia Oliveira Duarte, Rosana Cristina Martins da Silva Bandeira, Tarcila Prado Correa

*A presente pesquisa foi conduzida com o intuito mensurar a influência da percepção de incerteza sobre o perfil empreendedor de gestores no setor de serviços de alimentação da cidade de São Paulo. A percepção de incerteza e o perfil empreendedor foram respectivamente operacionalizados como construtos multidimensionais a partir de três tipos de incerteza percebidos no ambiente organizacional (incerteza de estado, incerteza de efeito e incerteza de resposta) e quatro dimensões do perfil empreendedor (inovação, poder, realização e planejamento). A coleta de dados ocorreu no período de abril a junho de 2010 junto a 86 respondentes sendo a maioria deles sócio-proprietários e profissionais autônomos na cidade de São Paulo. Os dados processados com o software SmartPLS e analisados com a técnica de Modelagem por Equações Estruturais, evidenciaram que a percepção de incerteza está inversamente relacionada com o perfil empreendedor: quanto menor a incerteza percebida no ambiente, mais intensas serão as atitudes que fomentam o perfil empreendedor, em especial a disposição para inovar e criar novos produtos e mercados.*

## ADMINISTRAÇÃO DA INFORMAÇÃO

### 73 ABORDAGENS PARADIGMÁTICAS ALTERNATIVAS: POSSIBILIDADES PARA ESTUDOS EM ADI. Christine da Silva Schröder, Luis Roque Klering

Nossa proposta é incentivar a apropriação de abordagens paradigmáticas alternativas para a pesquisa na área de Administração da Informação (ADI), a partir de perspectivas que se contrapõem à ontologia positivista-funcionalista – ou, de outro lado, que podem complementá-la, oportunizando a realização de estudos reflexivos, não necessariamente performativos, e “desnaturalizados”. Adotamos os conceitos de reflexividade, não performatividade e desnaturalização a partir de seu uso por Fournier e Grey (2007), ao se referirem aos estudos críticos em Administração (ou Critical Management Studies - CMS). Atestamos que os três conceitos nos são valiosos porque nos auxiliam a definir condições pelas quais entendemos que se manifesta pensamento crítico – e, por assim dizer, inspiram a pesquisa multi e interparadigmática. Através das possibilidades deste tipo de pesquisa, podemos lançar olhares potencialmente ampliados sobre a teoria e a prática em Administração da Informação, que trazem implicações não apenas epistemológicas, mas, sobretudo, metodológicas, para os estudos da área.

### ESTRATÉGIA

#### 90 FRAGILIDADE NAS REDES INTERNACIONAIS DE COOPERAÇÃO EMPRESARIAL. Tania Gonzalez

O objetivo do artigo é discutir a fragilidade nas redes internacionais de cooperação empresarial. A metodologia baseou-se no realismo crítico: aplicou-se num questionário, em entrevistas, numa sondagem, em visitas de campo e na observação sistemática, recuperou-se evidência sobre a criação, ruptura e prolongamento dos vínculos. O método de investigação foi qualitativo e a análise pela triangulação por especialistas. Os resultados (171 empresas estudadas durante um período de 9 anos) mostram que 81% mantêm vínculos internacionais, apesar de 61% terem estado sujeitas a atos de oportunismo e ao fracasso; no entanto, 91% procuram novos vínculos. A principal conclusão é que a competência não debilita necessariamente a rede; em muitas ocasiões, fortalece-a: um ato de oportunismo abre a possibilidade de que os agentes cooperem e uma experiência de fracasso facilita a criação de novos vínculos.

### ESTRATÉGIA

#### III METODOLOGIA DE GESTÃO DE PROCESSOS E DYNAMIC CAPABILITIES. Rogerio Tadeu de Oliveira Lacerda, Leonardo Ensslin Lohn Vargas, Sandra Rolim Ensslin

Com a motivação de contribuir para os temas de gestão estratégica e visão baseada em recursos, o presente artigo tem por objetivo apresentar alguns requisitos que, uma vez atendidas por uma metodologia de gestão de processos, podem elevar essa área de conhecimento a uma dynamic capability. Além dos constructos teóricos, o artigo propõe a metodologia BPM-C que alinha procedimentos aos constructos apresentados, com o intento de transformar a gestão de processos como um meio gerador de vantagens competitivas sustentáveis. Como enquadramento metodológico, a natureza do objetivo do trabalho é explanatória, a natureza dos artigos é teórico-conceitual, a lógica de pesquisa é indutiva, a coleta de dados é secundária e qualitativa e se caracteriza como uma pesquisa aplicada.

### MARKETING

#### 136 CONSUMO CONSCIENTE, VALOR E LEALDADE EM PRODUTOS ECOLÓGICAMENTE CORRETOS. Deonir De Toni, Fabiano Larentis, Adilene Mattia

O consumo consciente vem sendo apontado como uma alternativa para a preservação econômica e social de nosso planeta. O consumo consciente pode ser caracterizado a partir de quatro dimensões: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade ou planejamento. Assim, quanto mais consciente o consumidor, maior sua percepção de valor (qualidade e benefícios percebido) com relação aos produtos ecologicamente corretos. O valor para o consumidor afeta positivamente a lealdade (lealdade verde). A relação entre as quatro dimensões do consumo consciente e o valor percebido e a relação entre valor para o cliente e a lealdade são mais fortes em situações de consumo de maior envolvimento. Tendo em vista estas relações, este estudo tem por objetivo propor um framework teórico que relaciona as dimensões do consumo consciente, o valor percebido em produtos ecologicamente corretos, a lealdade e o envolvimento, como formas de melhor entender a estrutura do comportamento do consumidor consciente.

### ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

#### 158 MODELO DE PLANEJAMENTO E CONTROLE GERENCIAL PARA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. Thiago Coelho Soares, Marcus Vinicius Andrade de Lima, Gilberto de Oliveira Moritz Gomoritz, Marcus Dalmau

*Este artigo tem como objetivo verificar a interação do Beyond Budgeting com Skandia Navigator como uma ferramenta de gestão em um programa de cursos latu sensu de uma instituição de ensino a distância. Verifica-se que, no cenário atual, planejar e controlar as ações das organizações geram impactos positivos no desempenho organizacional. Dessa forma, tanto o Beyond Budgeting como o Skandia Navigator são ferramentas modernas que podem ajudar no planejamento e controle, respectivamente. O processo orçamentário mais recentemente elaborado é o beyond budgeting. Este utiliza meio mais relativos e adaptáveis de planejamento, avaliação e controle de desempenho. É um modelo de gestão formado por um conjunto de princípios, os quais são guias de atuação empresarial. Já o Skandia navigator consiste em trinta indicadores divididos em cinco áreas, sendo o foco financeiro referente aos resultados ocorridos e os focos nos clientes, nos recursos humanos e nos processos voltados ao que ocorre no momento na empresa. O foco restante é referente à capacidade de renovação e de desenvolvimento da organização que permitiriam vislumbrar o futuro da empresa. Como resultado da pesquisa, considera-se adequado o uso do Beyond Budgeting, juntamente com o Skandia Navigator de maneira a planejar e controlar melhor as ações das instituições universitárias.*

## MARKETING

**3** INVESTIGATING DRIVING FACTORS OF HDTV ADOPTION IN BRAZIL. Daniel da Hora Alves Lima, Luis Fernando Hor-Meyll, Jorge Brantes Ferreira, Jorge Ferreira da Silva

*This article examines how different factors affect the adoption intention by Brazilian consumers of HD pay-TV services. Fifteen interviews with potential users (high income individuals) were initially conducted to identify stimuli and barriers to adoption. A survey was then carried out on a convenience sample of 348 high income pay-TV subscribers, who did not subscribe HD services. Data mining and decision tree modeling were carried out to assess the relationship among perceived attributes of HD pay-TV services and their contribution to the intention to subscribe. Results present evidence that availability of high definition content, perceived resources, income and ease of use of the technology have significant impact upon an individual's intention to adopt HD pay-TV services.*

## ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

**31** ANALYSIS OF CAUSALITY AND COINTEGRATION BETWEEN MACROECONOMIC VARIABLES AND IBOVESPA. Fabiano Mello da Silva, Daniel Arruda Coronel

*The aim of this work was to assess the causality relation among the set of macroeconomic variables, represented by interest and exchange rates, inflation and Industrial Production Index as proxy of the Gross Internal Product regarding São Paulo Stock Exchange Index (IBOVESPA). The period of analysis was between January 1995 and December 2010 with 192 observations for each variable. Johansen's tests through Estatistical Trace and Maximum Eigenvalue indicated that there is at least one cointegration vector. In the analysis of Granger Causality Tests by way of Error Correction, it was found that there was short-term causality between Consumer Price Index and IBOVESPA. Regarding long-term results of Granger Causality, it was showed behavior of long-term among the macroeconomic variables with IBOVESPA. The results of the long-term of normalized vector for the IBOVESPA variable showed that most of sign parameters of cointegration equation are in agreement with the one suggested by economic theory. In other words, there was a positive behavior regarding Gross Internal Product and a negative one regarding inflation and exchange rate (it was hoped a positive relation) regarding IBOVESPA,*

*except Brazil interest rate, which was not significant with that index. The variable of IBOVESPA was explained in more than 90% by itself in the twelfth month, followed by country-risk with less than 5%.*

## ESTRATÉGIA

**54** PERCEPTION OF UNCERTAINTY AND THE ENTREPRENEURIAL FOOD SERVICE INDUSTRY. Adilson Aderito Da Silva, Haidar Gelanzauskas Fabiano, Márcia Oliveira Duarte, Rosana Cristina Martins da Silva Bandeira, Tarcila Prado Correa

*This research analyzed the perceived uncertainty impacts on the manager's entrepreneurial profile in São Paulo services industry. The perception of uncertainty and entrepreneurial were operationalized as multidimensional constructs – from the three types of perceived uncertainty in the organizational environment (state uncertainty, effect uncertainty and response uncertainty) and the four entrepreneurial dimensions (innovation, power, achievement and planning). The data was gathered in the period April to June 2010 with 86 respondents being the majority shareholder-owners and independent professionals in food services in the São Paulo place. The data analyzed with Structural Equation Modeling, showed that the perception of uncertainty is inversely related to the entrepreneurial profile. The lower the perceived uncertainty will be more intense attitudes that foster entrepreneurial profile, particularly the willingness to innovate and create new products and markets.*

## ADMINISTRAÇÃO DA INFORMAÇÃO

**73** ALTERNATIVE PARADIGMATIC APPROACHES: POSSIBILITIES TO INFORMATION ADMINISTRATION STUDIES. Christine da Silva Schröder, Luis Roque Klering

*Our proposal is to stimulate the appropriation of alternative paradigmatical approaches by the Administration of Information research, from perspectives that set against the positivist-functionalist ontology, or, from another side, that can complement it, with reflexive, anti performative and "denaturalized" studies. We adopt the concepts of reflexivity, anti performative stance and "denaturalization" from his use in Fournier and Grey (2007), as they referred to in context of the Critical Management Studies - CMS. We attest that three concepts*

are valuable because they help us defining conditions by which we understand that critical thought is shown – or, they inspire multi and interparadigmatical research. Through the possibilities of this kind of research, we can see potentially enlarged on the theory and practice in Administration of the Information, which bring not only epistemological implications for the studies, but, especially, methodological implications.

### ESTRATÉGIA

#### 90 FRAGILIDAD EN LA RED DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL. Tania Gonzalez

*El objetivo del artículo es discutir la fragilidad en las redes de cooperación empresarial internacionales. La metodología se basó en el realismo crítico, se aplicó un cuestionario, entrevistas, una encuesta, visitas de campo y la observación sistemática, se recuperó evidencia sobre la creación, rompimiento y prolongación de los vínculos. El método de investigación fue cualitativo y el análisis por la triangulación por expertos. Los resultados (171 empresas estudiadas en un periodo de nueve años) muestran que el 81% de los empresarios mantiene vínculos internacionales, a pesar de que el 61% ha enfrentado actos de oportunismo y el fracaso; asimismo, el 90% está en la búsqueda nuevos vínculos. La principal conclusión es que la competencia no necesariamente debilita la red; en muchas ocasiones la fortalece: un acto de oportunismo abre la posibilidad de que los agentes cooperen; y una experiencia de fracaso facilita la creación de nuevos vínculos.*

### ESTRATÉGIA

#### 111 BUSINESS PROCESS MANAGEMENT METHODOLOGY AND DYNAMIC CAPABILITY. Rogerio Tadeu de Oliveira Lacerda, Leonardo Ensslin Lohn Vargas, Sandra Rolim Ensslin

*With the motivation to contribute to the topics of strategic management and resource-based view, this paper aims to present some theoretical constructs that, once reached by a process management methodology, may increase this area of knowledge to a dynamic capability. Besides the theoretical constructs, the paper proposes the methodology BPM-C that aligns procedures to the constructs presented, with the intent to transform management processes as a means of generating sustainable competitive advantages. As a methodological framework, the nature of the objective*

*of the study is explanatory, the nature of the articles is theoretical-conceptual logic of research is inductive, data collection and qualitative is secondary and is characterized as an applied research.*

### MARKETING

#### 136 CONSCIOUS CONSUMPTION, VALUE AND LOYALTY IN ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS. Deonir De Toni, Fabiano Larentis, Adilene Mattia

*Conscious consumption is an alternative to preserve economic and social development of our planet. In this respect, considering the studies of Ribeiro and Veiga (2011) and I AKATU Institute (2010), it is identified that conscious consumption can be characterized from four dimensions: environmental consciousness, resource saving, recycling and frugality. Meanwhile, the more conscious the consumers, the higher is the perceived value (quality and perceived benefits) in relation to environmentally friendly products. Second, the customer value positively affects loyalty (green loyalty). Third, the relationship between the four dimensions of conscious consumer and perceived value and the relationship between customer value and loyalty are stronger in situations of increased involvement. Therefore, this study aims to propose a theoretical framework that relates the dimensions of consumer consciousness, the perceived value of environmentally friendly products, loyalty and involvement, as ways to better understand the behavior structure of conscious consumer.*

### ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

#### 158 PLANNING MODEL AND MANAGERIAL CONTROL FOR DISTANCE EDUCATION. Thiago Coelho Soares, Marcus Vinicius Andrade de Lima, Gilberto de Oliveira Moritz Gomoritz, Marcus Dalmau

*This paper aims to determine the interaction with the Beyond Budgeting Skandia Navigator as a management tool in a distance learning institution. It appears that in the current environment, plan and control the actions of organizations generate positive impacts on organizational performance. Thus both the Beyond Budgeting as the Skandia Navigator are modern tools that can help in planning and control respectively. The*

*budget process is the most recently prepared Beyond Budgeting. This means using more relative and adaptive planning, evaluation and performance control. It is a management model consists of a set of principles, which are guides to business activity. Since the Skandia navigator consists of thirty indicators divided into five areas, with the financial focus on the results occurred and focuses on clients, human resources and processes aimed at what occurs at the company. The focus is on the remaining capacity for renewal and development of the organization that would see the future of the company. As a result of the research is considered appropriate use of the Beyond Budgeting in conjunction with the Skandia Navigator in order to better plan and control the actions of universities.*