

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

FACES

JOURNAL

TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO
MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION
www.fumec.br/publicacoes/revistas

Publicação Trimestral da
Faculdade de Ciências Empresariais
Universidade FUMEC



Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. • Belo Horizonte v. 13 • n. 3 • p. 1-141 • Jul./Set. 2014

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-reitor de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão: Prof. Cid Gonçalves Filho

Pró-reitora de Graduação: Prof.ª Enid Brandão Carneiro Drumond

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. Emiliano 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

Julio Cesar Teixeira e Silva

E-mail: faces@fumec.br

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO NACIONAL

Edson Luiz Riccio, FEA/USP

Antonio Balloni, CENPRA/MICT

Oscar Dalfovo, Universidade Regional de Blumenau

Marília Damiani Costa, UFSC

Ricardo Teixeira Veiga, CEPEAD/UFMG

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 Arimatés Oliveira, UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Mauro Sudano Ribeiro, Faculdades Pedro Leopoldo

Sandra Maria Santos, Universidade Federal do Ceará

Valeria Rueda Elias Spers, Universidade Metodista de Piracicaba

Priscilla Ferreira da Fonseca, Newton Paiva

Eduardo Damião da Silva, PUCPR

Roberto Marcos da Silva Montezano, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil

FACES. Revista de Administração - v. 13, n. 3, 2014
Belo Horizonte / MG: FUMEC.**Trimestral****ISSN 1984-6975****1. Administração - Periódicos. I. Fundação Mineira de**
Educação e Cultura. Faculdade de Ciências Econômicas,
Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte**CDD: 658(05)**

Periodicidade: trimestral

Data de início da circulação: 1º semestre 2000

Versão virtual integral: www.fumec.br/publicacoes/revistas

Indexação:

CAPES - Portal Periódicos

DOAJ - Directory of Open Access Journals

EBSCO - Host

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

Españolas y Latinoamericanas

IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

ISI Web of Knowledge

Latindex - Sistema regional de información en línea para revistas científicas

de América Latina, el Caribe, España y Portugal

PKP - Public Knowledge Project

REDALYC - Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España

y Portugal

Sumários.org

Revisor: Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Projeto gráfico e editoração: Alexandre - alex@artediagramacao.com.br**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 FACES é uma publicação da Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte, da Fundação Mineira de Educação e Cultura que, com mais de 45 anos de existência, consolida-se como uma instituição de ensino, atingindo sua maturidade e o reconhecimento de seu trabalho. Com um quadro docente de alto nível, a Universidade FUMEC dedica-se a atividades de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão. Hoje, são cerca de 15 mil alunos e 500 professores.

A instituição, sem fins lucrativos, foi fundada por um grupo de professores que buscavam criar novas alternativas de formação acadêmica; é dotada de completa infraestrutura: salas amplas, espaços multimeios, apoio de informática, laboratórios nas diversas áreas, auditórios, anfiteatro, ginásio poliesportivo e três bibliotecas com acervo de mais de 90 mil volumes.

MISSÃO DA UNIVERSIDADE FUMEC

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:

- Administração de Ciência e Tecnologia
- Comportamento Organizacional
- Contabilidade
- Controle Gerencial
- Ensino e Pesquisa em Administração
- Estratégia
- Finanças
- Gestão da Informação
- Gestão de Operações e Logística
- Gestão Internacional
- Gestão Pública e Governança
- Mercadologia
- Organizações
- Recursos Humanos
- Relações de Trabalho
- Teoria das Organizações

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

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

Os artigos que compõem este número são:
Testando a Forma Fraca de Eficiência na Taxa de Câmbio (Brl/Usd)
Carolina Magda da Silva Roma, Bruno Pérez Ferreira, Hudson Fernandes Amaral.

Produção Acadêmica dos Temas Estratégia e Governança Corporativa
Henrique César Melo Ribeiro, Benny Kramer Costa, Manuel Anibal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira.

Reconhecendo o Valor do Cooperativismo sob a Ótica da Cadeia Meios-Fins
Agda Silva Prado, Lilian Ferrugini, Donizeti Leandro de Souza, Caroline Mendonça Nogueira Paiva, Luiz Henrique de Barros Vilas Boas.

Educação Corporativa e Desempenho Estratégico
Luciano Martins de Carvalho

Vantagem Competitiva: a complementaridade entre TCE E RBV
Fernanda Lazzari, João Alberto Sarate, Roberto Birch Gonçalves, Guilherme Borges Bergmann Vieira.

Nivel de Innovación en PYMES del Sector Software

María Isabel Camio, María del Carmen Romero, María Belén Álvarez.

Intenção de Compra de Luxo On-Line
Vanessa Iglesias Salinas, Jorge Brantes Ferreira, Cristiane Junqueira Giovannini, Jorge Ferreira da Silva.

Boa leitura,
Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins
Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira
Editores da Revista de Administração *FA-CES Journal* - Universidade FUMEC

Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial

Dear readers, we have the pleasure to publish one more volume of Faces Journal. In order to cover many fields of organizational studies, as usual, in this edition we present articles addressing current issues and thought provoking, which address academic and managerial activities. We hope that the texts here presented could contribute significantly both to the scientific research and to managerial practices.

The articles included in this issue are:

Testing the Efficiency of Low Form in Exchange Rate

Carolina Magda da Silva Roma, Bruno Pérez Ferreira, Hudson Fernandes Amaral.

Academic Production of Themes Strategy and Corporate Governance

Henrique César Melo Ribeiro, Benny Kramer Costa, Manuel Anibal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira.

Recognizing the Value of Cooperative under the Perspective of Means-End Chain

Agda Silva Prado, Lilian Ferrugini, Donizeti Leandro de Souza, Caroline Mendonça Nogueira Paiva, Luiz Henrique de Barros Vilas Boas.

Corporate Education and Strategic Performance

Luciano Martins de Carvalho

Competitive Advantage: The Complementarity between TCE and RBV

Fernanda Lazzari, João Alberto Sarate, Roberto Birch Gonçalves, Guilherme Borges Bergmann Vieira.

Level of Innovation in the SMEs Software Sector

María Isabel Camio, María del Carmen Romero, María Belén Álvarez.

Buying Luxury On-Line

Vanessa Iglesias Salinas, Jorge Brantes Ferreira, Cristiane Junqueira Giovannini, Jorge Ferreira da Silva.

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Editors Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

FINANÇAS

08 TESTANDO A FORMA FRACA DE EFICIÊNCIA NA TAXA DE CÂMBIO (BRL/USD). Carolina Magda da Silva Roma, Bruno Pérez Ferreira, Hudson Fernandes Amaral

Fama (1970) formulou a Hipótese de Mercado Eficiente (HME), concepção esta subjacente à moderna teoria de finanças, em que os investidores buscam maximizar sua riqueza e são vistos como racionais. Assim, o primeiro objetivo desta pesquisa é verificar se a taxa de câmbio real – dólar (BRL/USD) é eficiente na sua forma fraca. Para tanto, foram analisados testes de eficiência econométricos para identificar a presença de estrutura não linear nos resíduos, para autocorrelação total e parcial e teste de raiz unitária. O segundo objetivo é identificar se existe heterocedasticidade na série e, a partir de então, aplicar os modelos EGARCH, TARCH e APARCH. Os resultados evidenciaram que o mercado da taxa de câmbio não é eficiente na sua forma fraca e que há presença de heterocedasticidade, sendo o melhor modelo estimado um ARIMA (1,2,3) + EGARCH (3,2), em que os termos de assimetria foram significantes estatisticamente e em que constatou-se uma alta persistência.

ESTRATÉGIA

27 PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS TEMAS ESTRATÉGIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA. Henrique César Melo Ribeiro, Benny Kramer Costa, Manuel Anibal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira

A estratégia empresarial é um assunto complexo, que pode ser examinado a partir de diversas perspectivas, e, em particular, da Governança Corporativa que, por sua vez, se constitui em um tema de interesse visível para o papel da política estratégica no mundo corporativo. Este artigo mapeou o perfil e a evolução da pesquisa em Governança Corporativa e Estratégia, no período 1990 a 2012, nos periódicos internacionais da área de Administração. Metodologicamente realizou-se um estudo bibliométrico, com análise de redes sociais, em uma amostra de 411 artigos. Os resultados permitem concluir que houve um crescimento dos trabalhos a partir de 2002, que

Wright e Filatotchev são os autores mais produtivos, que Jensen e Meckling, Fama e Jensen, e Shleifer e Vishny são os pesquisadores mais citados. Adicionalmente, as redes de coautoria têm baixa interação e existe uma centralidade da rede de cocitação.

ESTRATÉGIA

47 RECONHECENDO O VALOR DO COOPERATIVISMO SOB A ÓTICA DA CADEIA MEIOS-FINS. Agda Silva Prado, Lilian Ferrugini, Donizeti Leandro de Souza, Caroline Mendonça Nogueira Paiva, Luiz Henrique de Barros Vilas Boas

As instituições cooperativistas são importantes promotoras do agronegócio brasileiro, pois por meio delas, pequenos, médios e grandes agricultores se unem para estabelecerem melhores condições de compra e venda de produtos. Entretanto, faz-se necessário averiguar mercadologicamente qual o valor das cooperativas para os cooperados, como forma de mantê-los unidos e proporcionar desenvolvimento para o setor. Assim, este trabalho tem como objetivo identificar a estrutura cognitiva de valor percebida pelos cooperados de uma cooperativa agropecuária no Sul de Minas Gerais. A pesquisa parte de uma abordagem qualitativa por meio da teoria de cadeia de meios-fins, utilizando o método de escalonamento laddering e a análise de conteúdo em 25 entrevistas em profundidade. Como resultados, identificou-se que os valores: tranquilidade, felicidade, realização, melhor qualidade de vida e sentimento de pertença são as principais motivações para a participação dos cooperados na cooperativa. Esse estudo contribui no desenvolvimento de pesquisas ligadas ao agronegócio, na compreensão de valores capazes de estimular o fortalecimento de ações cooperativistas e estratégias de marketing.

ESTRATÉGIA

66 EDUCAÇÃO CORPORATIVA E DESEMPENHO ESTRATÉGICO. Luciano Martins de Carvalho

Este trabalho está inserido no campo de estudos de administração estratégica e tem como objetivo descrever dimensões de desempenho estratégico es-

perado com a implantação da educação corporativa em uma organização do setor bancário. Metodologicamente, trata-se de uma investigação de natureza qualitativa. Os dados documentais, de natureza secundária, foram submetidos a uma análise de conteúdo categorial, com base em dimensões e propriedades de um Modelo Multidimensional de Análise do Conceito Desempenho. Como resultado do estudo, identificaram-se elementos conceituais (semânticos) e operacionais (formais) característicos do desempenho estratégico esperado por meio da implantação da UniBrad - Universidade Corporativa Bradesco. Entre as conclusões do estudo, destacam-se: (i) a valorização do cumprimento de objetivos predeterminados, em múltiplas áreas de resultados e convergentes com o resultado financeiro organizacional; (ii) a valorização dos processos internos como mecanismos para o cumprimento dos objetivos geral e específicos da UniBrad; e (iii) o predomínio de indicadores de desempenho de nível organizacional, de natureza quantitativa, objetivos e originários de fontes primárias.

ESTRATÉGIA

86 COMPETITIVE ADVANTAGE: THE COMPLEMENTARITY BETWEEN TCE AND RBV. Fernanda Lazzari, João Alberto Sarate, Roberto Birch Gonçalves, Guilherme Borges Bergmann Vieira

O presente estudo analisa a complementaridade teórica entre a economia dos custos de transação (ECT) e a visão baseada em recursos (RBV), especialmente quanto à (i) especificidade de ativos e (ii) à escassez de recursos existentes nas empresas e como estes são usados para gerar vantagem competitiva. Realizou-se um estudo qualitativo de múltiplos casos em empresas do segmento de confeitarias, pois é um segmento reconhecido pela baixa ocorrência de ativos específicos e raridade de recursos estratégicos. Isso facilitou a análise em termos de volume de dados (bens e recursos) e a compreensão sobre as empresas. Identificou-se que, mesmo operando em um segmento de baixa especificidade de ativos, as confeitarias são capazes de implementar estratégias que promovem a manutenção da empresa. Além disso, possuem conjuntos de recursos estratégicos, desenvolvidos ao longo da história de cada organização, que são mobilizados para produzir ativos específicos para cada empresa diferentemente.

GESTÃO DA INOVAÇÃO

104 NIVEL DE INNOVACIÓN EN PYMES DEL SECTOR SOFTWARE. María Isabel Camio, María del Carmen Romero, María Belén Álvarez

Este estudo exploratório é parte do projeto de pesquisa “Inovação e Modalidades de Gestão” do Centro de Estudos em Administração (CEA), da Faculdade de Ciências Econômicas UNICEN, Argentina. Os objetivos desta pesquisa são expor sinteticamente um modelo de medição da Inovação e formular um índice específico do nível de Inovação para empresas do sector de software (INIs), identificar o nível de inovação em trinta PMEs do sector estabelecidas na Argentina e analisar os resultados obtidos na aplicação de INIs nas empresas estudadas. Em todos os casos, foi possível o cálculo de INIs e foram identificadas associações entre as sub variáveis componentes de INIs em algumas das categorias da variável chamada tamanho. Como resultado deste estudo são formuladas hipóteses a ser testadas em futuros estudos descritivos.

MARKETING

123 INTENÇÃO DE COMPRA DE LUXO ON-LINE. Vanessa Iglesias Salinas, Jorge Brantes Ferreira, Cristiane Junqueira Giovannini, Jorge Ferreira da Silva

O estudo tem como objetivo compreender a intenção de compra de luxo on-line por consumidores brasileiros. Primeiro, por meio de uma revisão de literatura, foram identificados construtos que poderiam afetar o consumo de luxo on-line, como risco percebido, confiança, qualidade do sítio e imagem da marca. Em seguida, hipóteses foram testadas via equações estruturais com dados colhidos em uma survey envolvendo 216 consumidores. Por fim, os resultados indicam efeitos diretos e positivos da imagem da marca e da qualidade do sítio sobre a confiança, além de efeitos do risco percebido e da confiança sobre a intenção de compra on-line. Também foi possível verificar que o risco de tempo não é significativo quando se trata de consumo de luxo e que o fator de maior relevância nesse mercado é a qualidade do sítio.