

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. 14 • n. 3 • p. 1-132 • jul./set. 2015

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Pedro Arthur Vítter

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor: Prof. Doutor Eduardo Martins de Lima
Vice-reitora: Profa. Guadalupe Machado Dias
Pró-reitora de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão: Prof. Cid Gonçalves Filho
Pró-reitor de Graduação: Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues
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

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

Renata Keller Silva de Abreu
E-mail: renata.ksa@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
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. 14, n. 3, 2015
Belo Horizonte / MG: FUMEC.

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)

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: Alex Andrade - 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:

How to get papers published in leading is journals?

Mírian Oliveira, Gerald Grant, Antonio Carlos Gastaud Maçada, Cristiane Drebes Pedron

Clientelistic organizational practices in northeast Brazil.

Joysi Moraes

Na cidade pequena a loja com “muvuca” é pior ou melhor do que na cidade grande?

Rosa Almeida Albuquerque, Marco Antonio Batista Silva, Marcelo Moll Brandão, Cristiane Drebes Pedron

Sempre cabe mais um? Uma investigação cross-cultural do comportamento do consumidor em ambiente aglomerado.

Izabelle Quezado, Josimar Souza Costa, Verónica Peñaloza, Fátima Regina Ney Mattos, Sofia Batista Ferraz

Experiências sociais quando “amor está no ar”: prazer e controle no ambiente de trabalho.

Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros, Eduardo Loebel, Taisa Lopes Cavalheiro

Aprendizagem organizacional e suas modalidades: desenvolvendo a habilidade interpessoal nos programas trainees.

Marcos Gilberto Dos-Santos, Kelly Cristina Brito-de-Jesus, Jader Cristino Souza-Silva, Miguel Angel Rivera-Castro

Fatores determinantes da utilização de programas de apoio à exportação: evidências de PME's do Estado de Minas Gerais.

Juciara Nunes de Alcântara, Cristina Leis Leal Calegario, Jorge Manuel Teixeira Carneiro, Felipe Buchbinder

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Editores da Revista de Administração FACES 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:

How to get papers published in leading is journals?

Mírian Oliveira, Gerald Grant, Antonio Carlos Gastaud Maçada, Cristiane Drebes Pedron

Clientelistic organizational practices in north-east Brazil.

Joysi Moraes

A crowded store localized in a small city is better or worst than a bigger city?

Rosa Almeida Albuquerque, Marco Antonio Batista Silva, Marcelo Moll Brandão, Cristiane Drebes Pedron

Is there room for one more? A cross-cultural investigation of consumer behavior under crowding condition.

Izabelle Quezado, Josimar Souza Costa, Verónica Peñaloza, Fátima Regina Ney Matos, Sofia Batista Ferraz

Social experience when “love is in the air”: pleasure and control in the workplace.

Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros, Eduardo Loebel, Taisa Lopes Cavalheiro

Organizational learning and its modalities: interpersonal skills development in trainee programs.

Marcos Gilberto Dos-Santos, Kelly Cristina Brito-de-Jesus, Jader Cristino Souza-Silva, Miguel Angel Rivera-Castro

Factors associated with the use of export assistance programs: evidence from SME's of the Minas Gerais State.

Juciara Nunes de Alcântara, Cristina Lelis Leal Calegario, Jorge Manuel Teixeira Carneiro, Felipe Buchbinder

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

GESTÃO DA INFORMAÇÃO

08 HOW TO GET PAPERS PUBLISHED IN LEADING IS JOURNALS? Mirian Oliveira, Gerald Grant, Antonio Carlos Gastaud Maçada, Cristiane Drebes

Journals are the most important vehicles for sharing research results. Some countries (such as Brazil, Chile and Portugal) are underrepresented in terms of originating papers published in top Information Systems journals. This theoretical paper aims to provide a roadmap signposting the key elements for a paper to meet the criteria for publication in the top Information Systems journals. Ten dimensions for critically reviewing Information Systems papers were identified in the literature. Considering the importance of having a paper published in a top journal, for both the author and for the institution to which he is affiliated, this paper might be used by researchers wishing to submit papers to top journals, as well as by editors and reviewers who might benefit by reflecting on the standards adopted in peer review systems.

TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES

19 CLIENTELISTIC ORGANIZATIONAL PRACTICES IN NORTHEAST BRAZIL Joysi Moraes

This paper presents an analysis of the management practices in a multinational company located in Northeastern Brazil, considered in the light of one of the predominant features of social relations the regional culture, clientelism/coronelismo. The research consisted of two stages, a survey and a case study. In the first stage, as a total of 3,000 workers were involved, we chose to perform sampling in which a simple random probability sample was obtained with a confidence level of 90%. In the second stage, we carried out semi-structured interviews and direct observation, allowing a broader view of the field under study. Based on the results obtained, we tried to make analogies between aspects of the regional culture and organizational practices observed in the company. Organizational practices typical of the 'old' Brazilian clientelism/coronelismo were found to persist, though wearing new clothes. The manager of a modern organization is representative of the old "Coronel", reformed by developmental and technological processes.

MERCADOLOGIA

38 NA CIDADE PEQUENA A LOJA COM "MUVUCA" É PIOR OU MELHOR DO QUE NA CIDADE GRANDE? Rosa Almeida Albuquerque, Marco Antonio Batista Silva, Marcelo Moll Brandão, Cristiane Drebes Pedron

O fenômeno de crowding tem despertado interesse nos estudos em varejo por afetar as respostas dos consumidores em relação ao ambiente de loja. Este estudo teve como objetivo investigar a influência da percepção de crowding no comportamento de consumidores de contextos diferentes de varejo – cidade com baixa densidade populacional versus cidade com alta densidade. O teste das hipóteses foi realizado como um quase experimento, comparando o comportamento dos consumidores de duas cidades: Barra do Garças, em Mato Grosso, e São Paulo, capital paulista. Os testes das hipóteses evidenciaram que há diferença na percepção de crowding e de comportamento dos consumidores, e na percepção de preço alto como respostas à densidade humana.

MERCADOLOGIA

56 SEMPRE CABE MAIS UM? UMA INVESTIGAÇÃO CROSS-CULTURAL DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM AMBIENTE AGLOMERADO. Izabelle Quezado, Josimar Souza Costa, Verónica Peñaloza, Fátima Regina Ney Matos, Sofia Batista Ferraz

O objetivo do estudo foi investigar reações à alta densidade de loja, relacionando percepção de crowding a emoções e satisfação do consumidor em países com diferentes aspectos culturais: Brasil, coletivista, e Canadá, individualista. A pesquisa quantitativa, com base na escala de Machleit, Kellaris e Eroglu (1994), apresentou 367 casos analisados a partir do método de Modelagem de Equações Estruturais. Os resultados da abordagem cross-cultural apontam diferenças significativas entre os países na influência do crowding espacial nas emoções negativas e crowding do humano nas emoções positivas.

RELAÇÕES DE TRABALHO

75 EXPERIÊNCIAS SOCIAIS QUANDO “AMOR ESTÁ NO AR”: PRAZER E CONTROLE NO AMBIENTE DE TRABALHO Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros, Eduardo Loebel, Taisa Lopes Cavalheiro

De modo geral, do ambiente de trabalho emanam sentimentos e emoções entre pessoas que têm interesses e preocupações comuns ou afins, e que convivem juntos por um período de tempo relativamente longo, criando laços afetivos. Neste estudo, apresentamos uma pesquisa sobre romance no trabalho, com o objetivo de explorar as experiências de relações amorosas no ambiente de trabalho, a partir da manifestação de internautas sobre o assunto. Para conduzir este estudo, utilizamos a pesquisa qualitativa como método de abordagem e a netnografia como estratégia de coleta de dados. Como resultados, identificamos seis experiências das relações amorosas no ambiente de trabalho: vale das emoções, equilíbrio entre o prazer e o dever, união da família, sedução, arena e razão. Ainda, a pesquisa aponta que o romance no trabalho pode ser tanto uma forma de prazer dos empregados quanto uma forma de controle gerencial.

RECURSOS HUMANOS

94 APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL E SUAS MODALIDADES: DESENVOLVENDO A HABILIDADE INTERPESSOAL NOS PROGRAMAS TRAINEES Marcos Gilberto Dos-Santos, Kelly Cristina Brito-de-Jesus, Jader Cristino Souza-Silva, Miguel Angel Rivera-Castro

O objetivo deste artigo é identificar quais modalidades de aprendizagem organizacional mais influenciam o desenvolvimento da habilidade interpessoal em novos gestores. As modalidades de aprendizagem organizacional identificadas na literatura incluem treinamento tradicional, leitura de textos, acesso a banco de dados, comunidades de prática, mentoria, treinamento on-the-job e interações casuais. A partir de uma metodologia quantitativa, foram desenvolvidas e validadas, estatisticamente, a Escala de Modalidades em Aprendizagem Organizacional (EMA) e uma escala para mensurar a habilidade interpessoal, aplicadas a

trainees e ex-trainees de empresas com atuação no Brasil. A partir do uso de análise fatorial exploratória e regressão multivariada, os resultados indicam que a modalidade mentoria é a principal responsável pelo desenvolvimento da habilidade interpessoal, a qual ocorre em caráter formal e informal nesse contexto.

GESTÃO INTERNACIONAL

114 FATORES DETERMINANTES DA UTILIZAÇÃO DE PROGRAMAS DE APOIO À EXPORTAÇÃO: EVIDÊNCIAS DE PMES DO ESTADO DE MINAS GERAIS. Juciara Nunes de Alcântara, Cristina Lelis Leal Calegario, Jorge Manuel Teixeira Carneiro, Felipe Buchbinder

Este trabalho verificou quais fatores favorecem o uso de programas governamentais de apoio à exportação por PMEs. A amostra foi constituída por 45 PMEs exportadoras mineiras. A natureza do estudo é quantitativa e os dados foram coletados por meio de um questionário semiestruturado. Utilizaram-se três equações de regressão logística para atender aos objetivos delineados. Os resultados mostram que o desempenho exportador e a rede de parceria com os concorrentes são fundamentais para o uso de suportes governamentais. O trabalho contribui para a literatura ao evidenciar que o uso de suportes governamentais para a exportação exige que a empresa possua o mínimo de condições necessárias que possibilitem o acesso e a apropriação desses incentivos externos. Entre os fatores relevantes, este trabalho evidencia a relevância de redes de relacionamento para PMEs, para ampliar seu escopo de conhecimento e informações sobre a atividade de exportação.