

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. 15 • n. 3 • p. 1-142 • jul./set. 2016

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Pedro Arthur Vítter

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor: Prof. Fernando de Melo Nogueira
Vice-reitoria: Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues
Pró-reitoria de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão: Profª. Drª. Maria Leticia Firpe Penna
Pró-reitor de Graduação: Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues
Pró-reitoria de Planejamento e Administração: Prof. Márcio Dario da Silva

FACE FUMEC

Diretor Geral: Prof. Marco Túlio de Freitas
Diretora de Ensino: Profª. Renata de Sousa da Silva Tolentino

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, CEPAD/UFPR

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Thomas Brashear, UMASS
Luc Quoniam, Université du Sud Toulon-Var
David Bruce, Institute of International Business
Jürgen Müller, Berlin School of Economics
César Archuby, Universidad de La Plata
Armando Malheiro, Universidade do Porto
Gustavo Guzman, Griffith University
Suzana Braga Rodrigues, Erasmus University Rotterdam

CONSULTORES EXTERNOS

Sylvana Maria Brandao, UFPE
Tereza Souza, Universidade Potiguar

Milena Rodrigues, Toledo Araçatuba
Rolf Hermann Erdmann, Universidade Federal de Santa Catarina
Carlos Alberto Costa, Universidade de Caxias do Sul
Ralph Santos Silva, UNIP
Maria Emilia Camargo, Universidade de Caxias do Sul
Luiz Alberto Nascimento Campos Filho, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil
Camila Juvencio Dias, UniToledo - Araçatuba-SP
Mauro Neves Garcia, Universidade Municipal de SCS
Antonio Carlos Giuliani, Universidade Metodista de Piracicaba
Heloisa Guimarães Peixoto Nogueira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
André Gustavo Carvalho Machado, Universidade Federal da Paraíba
Denise Del Prá Netto Machado, Universidade Regional de Blumenau
Maria Augusta Soares Machado, IBMEC-RJ, Brasil
Frederico Poley Marins Ferreira, Fundação João Pinheiro
Arsênio Firmino Novaes Netto, Universidade Metodista de Piracicaba
Pelayo Munhoz Olea, Universidade de Caxias do Sul
José Arimatés Oliveira, UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Mauro Sudano Ribeiro, Faculdades Pedro Leopoldo
Sandra Maria Santos, Universidade Federal do Ceará
Valeria Rueda Elias Spers, Universidade Metodista de Piracicaba
Priscilla Ferreira da Fonseca, Newton Paiva
Eduardo Damião da Silva, PUCPR
Roberto Marcos da Silva Montezano, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil

FACES. Revista de Administração - v. 15, n. 3, 2016
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: Editora e Publicidade Arte & Diagramação

Site: www.artediagramacao.com.br

E-mail: publicidade@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:

Articulação de stakeholders e estratégias no setor turístico brasileiro: uma investigação em localidades

Benny Kramer Costa, Saulo Fabiano Amâncio-Vieira, Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre, Viviane Celina Carmona

Modelo integrativo sobre comportamento informacional em processos decisórios

Frederico Cesar Mafra Pereira

Validação e investigação da relação entre comportamento compulsivo de compra e consumismo

Marcelo da Silva Schuster, Valéria da Veiga Dias, Luciana Flores Battistella

Impactos do bônus demográfico para gestão de pessoas

Dalila Alves Corrêa, Wesley Antonio Gonçalves, Ana Luiza Lima dos Santos, Arsênio Firmino de Novaes Netto

FXvol: Indicador Antecedente da Taxa de Câmbio

Vinicius Mothé Maia, André Luís Leite, Antonio Carlos Figueiredo, Marcelo Cabús Klötzle

Uso fiel da fenomenologia: um fenômeno raro?

Irene Raguenet Troccoli

Mensuração da capacidade de governança corporativa das empresas familiares para migração ao novo mercado da BM&FBovespa

Camila Cruz de Carvalho, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte, Oderlene Vieira de Oliveira, Raíssa Karen Leite Sales

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:

Stakeholders articulation and strategies in the brazilian tourism sector: a research in places
Benny Kramer Costa, Saulo Fabiano Amâncio-Vieira, Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre, Viviane Celina Carmona

Integrative model for information behavior in decision making
Frederico Cesar Mafra Pereira

Validation and investigation of relationship between compulsive behavior of purchase and consumerism
Marcelo da Silva Schuster, Valéria da Veiga Dias, Luciana Flores Battistella

Impacts of brazilian demographic bonus for businesses and people management
Dalila Alves Corrêa, Wesley Antonio Gonçalves, Ana Luiza Lima dos Santos, Arsênio Firmino de Novaes Netto

FXvol: antecedent indicator of the exchange rate
Vinicius Mothé Maia, André Luís Leite, Anto-

nio Carlos Figueiredo, Marcelo Cabús Klötzle
Correct use of phenomenology: an usual phenomenon?

Irene Raguene Troccoli

Evaluating the corporate governance capacity of family business to migrate to new market level of BM&FBovespa

Camila Cruz de Carvalho, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte, Oderlene Vieira de Oliveira, Raíssa Karen Leite Sales

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

ESTRATÉGIA

08 ARTICULAÇÃO DE STAKEHOLDERS E ESTRATÉGIAS NO SETOR TURÍSTICO BRASILEIRO: UMA INVESTIGAÇÃO EM LOCALIDADES Benny Kramer Costa, Saulo Fabiano Amâncio-Vieira, Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre, Viviane Celina Carmona

O presente artigo visa a compreender de que forma se processa a inserção e o envolvimento dos stakeholders nas estratégias existentes na atividade do turismo. Para tanto, utilizou-se como referencial a teoria dos stakeholders. A partir da abordagem qualitativa, o trabalho realizado enquadra-se como sendo uma pesquisa do tipo exploratória e descritiva, utilizando-se o método de estudo de casos múltiplos. Conclui-se que o processo de desenvolvimento do turismo tem estreita relação com o papel dos diversos stakeholders, cuja perspectiva é necessária se compreender em prol do alcance do desenvolvimento, contemplando as dimensões econômica, social e ambiental e competitiva.

GESTÃO DA INFORMAÇÃO

27 MODELO INTEGRATIVO SOBRE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM PROCESSOS DECISÓRIOS Frederico Cesar Mafra Pereira

Este artigo apresenta o “Modelo Integrativo: Comportamento Informacional para Decisões Estratégicas”, demonstrando os fluxos informacionais presentes nos processos de busca e uso da informação, relacionados a processos decisórios. A fundamentação teórica se baseou em três modelos inter-relacionados: um voltado para a estruturação de processos decisórios estratégicos; outro para a identificação das necessidades informacionais e processos de busca e uso da informação; e o terceiro voltado para a identificação das fontes de informação e do fluxo informacional presente nas decisões avaliadas. A principal abordagem metodológica utilizada foi o estudo do tipo “formulador ou exploratório”, permitindo a construção e proposição do “Modelo Integrativo” com seus modelos constituintes. Como teste do modelo, foram entrevistados gestores de micro e pequenas empresas (MPE) de Belo Horizonte (MG). Os resultados demonstraram a aplicabilidade do “Modelo Integrativo” e seus modelos constituintes,

corroborando os procedimentos metodológicos adotados, tanto para a elaboração do modelo, quanto para a pesquisa realizada.

MERCADOLOGIA

50 VALIDAÇÃO E INVESTIGAÇÃO DA RELAÇÃO ENTRE COMPORTAMENTO COMPULSIVO DE COMPRA E CONSUMISMO Marcelo da Silva Schuster, Valéria da Veiga Dias, Luciana Flores Battistella

O presente artigo objetivo avaliar duas medidas de mensuração, uma de comportamento compulsivo e, outra, de consumismo e, posteriormente, verificar a relação entre elas. Além disso, analisou a interpretação das questões das escalas por gênero, visto que há indícios de diferenças na percepção e no comportamento entre homens e mulheres. A metodologia incluiu a aplicação de uma survey online para 319 pessoas e análise por meio de equações estruturais multigrupo. Verificou-se que o comportamento compulsivo de compra não possui relação de causalidade com o consumismo. O pressuposto de que o comportamento compulsivo é maior nas mulheres não se confirmou nessa amostra e o consumismo é igual para homens e mulheres. As duas escalas foram validadas e a análise comprovou diferença na percepção de variáveis por gênero, indicando que essa metodologia auxilia na identificação de pontos não verificados em análises estatísticas.

RECURSOS HUMANOS

69 IMPACTOS DO BÔNUS DEMOGRÁFICO PARA GESTÃO DE PESSOAS Dalila Alves Corrêa, Wesley Antônio Gonçalves, Ana Luiza Lima dos Santos, Arsênio Firmino de Novaes Netto

Bônus demográfico é um termo que demarca o momento em que a estrutura etária da população produtiva de um país mostra-se plenamente favorável para alavancar o seu crescimento econômico. O presente artigo, de natureza teórico-conceitual, investigou esse fenômeno no cenário brasileiro, focalizando-o no campo da gestão, especificamente, e procurou identificar suas repercussões para as empresas brasileiras e implicações para a gestão de pessoas. Nesse âmbito, buscou-se identificar as ações estratégicas

desta gestão para lidar com fenômenos pertinentes à reconfiguração demográfica da força de trabalho no contexto organizacional. Para alcançar esse propósito, foi realizada pesquisa bibliográfica qualitativa nos periódicos Qualis/Capes da área de Administração, correspondente ao período de 2000-2014, bem como em outras fontes relacionadas à referida área. Os resultados do estudo estão expressos em quatro categorias analíticas, as quais podem se constituir em pressupostos para futuros estudos nesse campo: (1) o caráter universal do bônus demográfico; (2) o caráter específico do bônus demográfico brasileiro; (3) os impactos para as organizações; e (4) desafios para a gestão de pessoas e seu caráter estratégico.

FINANÇAS

88 FXVOL: INDICADOR ANTECEDENTE DA TAXA DE CÂMBIO Vinicius Mothé Maia, André Luís Leite, Antonio Carlos Figueiredo, Marcelo Cabús Klötzle

A forte correlação negativa entre a Taxa de Câmbio Brasil-EUA (Ptax) e o índice do mercado de ações (Ibovespa) tem sido amplamente documentada na literatura acadêmica. O índice de volatilidade cambial (FXvol) representa a incerteza futura dos investidores em relação a taxa de câmbio um mês a frente. Essas duas evidências nos motivam a questionar qual o relacionamento entre o FXvol e os retornos futuros da taxa cambial e do índice de mercado de ações, dado que o índice de volatilidade é visto como um termômetro da incerteza do investidor um período a frente. Investiga-se então a relação contemporânea entre o FXvol, a Ptax e o Ibovespa, bem como a capacidade do FXvol de captar a possível relação entre o nível de incerteza presente no mercado e as variações relativas futuras da taxa de câmbio e do índice de ações. Os resultados encontrados apresentam evidências que o FXvol observado hoje descreve o comportamento da Ptax e do Ibovespa para prazos futuros, atuando dessa forma como indicador antecedente dessas variáveis.

ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

107 USO FIEL DA FENOMENOLOGIA: UM FENÔMENO RARO? Irene Raguenet Troccoli

A fenomenologia pode ser entendida como filosofia

ou como método. Enquanto método, é útil na pesquisa organizacional e de consumo, já que possibilita a compreensão de questões intrincadas que podem não estar implícitas de forma imediata em respostas superficiais. Contudo, há consenso de que não se trata de algo trivial. Lançando mão de amostra de artigos de Administração, extraídos da base Spell, este artigo, qualitativo, que se caracteriza como levantamento bibliográfico, quanto aos meios, e descritivo-exploratório, quanto aos fins, investiga até que ponto os pesquisadores dessa área de fato utilizam corretamente o método fenomenológico em pesquisas empíricas. Sua conclusão é de que, além de poucos serem os artigos que se dizem fenomenológicos, uma proporção diminuta deles de fato cumpre as exigências para assim se qualificar. Reflexões são realizadas a respeito desse resultado e novas pesquisas são sugeridas.

ESTRATÉGIA

124 MENSURAÇÃO DA CAPACIDADE DE GOVERNANÇA CORPORATIVA DAS EMPRESAS FAMILIARES PARA MIGRAÇÃO AO NOVO MERCADO DA BM&FBOVESPA Camila Cruz de Carvalho, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte, Oderlene Vieira de Oliveira, Raíssa Karen Leite Sales

A aferição da Governança Corporativa (GC) é um desafio para a literatura vigente, principalmente em empresas familiares. Sobre o conceito de capacidade de governança, a temática da pesquisa situa-se em como medir a capacidade de GC de empresas familiares para a migração do Mercado Tradicional para o Novo Mercado da BM&Fbovespa, do Brasil. Partindo das 151 práticas do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), após uma fase de levantamento de dados secundários e de cinco entrevistas exploratórias em duas empresas do Novo Mercado, foram consultadas 23 expertises (acadêmicos, especialistas em governança e executivos estratégicos de empresas de capital aberto), caracterizando-se como uma pesquisa descritiva e de abordagem quantitativa, resultando em 33 práticas relevantes (sendo 21 recomendadas e 12 obrigatórias) e na composição de um índice para medir a capacidade de GC das empresas familiares do mercado tradicional.