

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. 16 • n. 3 • p. 01-142 • jul./set. 2017

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Air Rabelo

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

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. 16, n. 3, 2017

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

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

A Universidade FUMEC, em atendimento às suas funções de ensino, pesquisa e extensão e com fundamento nos princípios e fins da educação nacional, tem por missão: *formar cidadãos conscientes de sua responsabilidade social, portadores dos valores de justiça e ética, nas diferentes áreas do conhecimento, aptos para a inserção nos diversos setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira.*

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:

Imagem de destino turístico: proposição de modelo hipotético

Lilian Dominguez Santana, Marlusa de Sevilha Gosling

O efeito default como solução para a aversão míope à perda

Luiza Ferreira Guimarães, Marcos Gonçalves Avila, Camilla de Araujo Cordeiro

Torcedor-Consumidor: Fatores que Afetam a Adoção do Programa Sócio Torcedor

Leandro de França Pereira, Luis Alexandre Grubits de Paula Pessôa, Jorge Brantes Ferreira, Cristiane Junqueira Giovannini

Propensão dos consumidores ao uso de serviços de pagamento em dispositivos móveis

Luis Hernan Contreras Pinochet, Priscila Melo de Albuquerque Mota, Evandro Luiz Lopes

Líder versus Liderado? Percepções a partir do Grid Gerencial

Fernanda Versiani, Mariana de Lima Caeiro, Antonio Carvalho Neto

Aspectos da produção científica sobre controle gerencial

Cleyton de Oliveira Ritta, Carlos Eduardo Facin Lavarda

Capacidades dinâmicas e inovação em serviços: um estudo em IES privadas brasileiras

Mônica Maier Maier Giacomini, Karine Francisconi Chaerki, Gutemberg Ribeiro, José Roberto Frega

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

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:

Tourist destination image: proposed hypothetical model

Lilian Dominguez Santana, Marlusa de Sevilha Gosling

The default effect as a solution for miscellaneous aversion to loss

Luiza Ferreira Guimarães, Marcos Gonçalves Avila, Camilla de Araujo Cordeiro

Consumer-Fans: Factors Affecting Soccer Clubs' Membership Programs Adoption

Leandro de França Pereira, Luis Alexandre Grubits de Paula Pessôa, Jorge Brantes Ferreira, Cristiane Junqueira Giovannini

Consumer's propensity to use payment services on mobile devices

Luis Hernan Contreras Pinochet, Priscila Melo de Albuquerque Mota, Evandro Luiz Lopes

Leader versus leadership? Perceptions from the management grid

Fernanda Versiani, Mariana de Lima Caeiro, Antonio Carvalho Neto

Aspects Of Scientific Production Regarding Management Control

Cleyton de Oliveira Ritta, Carlos Eduardo Facin Lavarda

Dynamic capabilities and innovation services: a study in brazilian private HEIs

Mônica Maier Maier Giacomini, Karine Francisconi Chaerki, Gutemberg Ribeiro, José Roberto Frega

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editors Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

MARKETING

- 08** IMAGEM DE DESTINO TURÍSTICO: PROPOSIÇÃO DE MODELO HIPOTÉTICO Lilian Dominguez Santana, Marlusa de Sevilha Gosling

Imagem de destino é uma temática amplamente debatida em estudos de turismo. Em virtude da complexidade, a formação da imagem de destino é um tema ainda em discussão, e, portanto, com grandes oportunidades de pesquisa. O objetivo desse estudo é analisar modelos de formação da imagem de destino visando a proposição de um modelo hipotético que contemple desde as relações entre as dimensões da imagem de destino (cognitiva, afetiva, única e global), a influência de fatores externos e internos (familiaridade informativa, experiencial, características sociodemográficas e motivações), até a influência da imagem de destino sobre intenções comportamentais (retorno e recomendação). O estudo traz contribuições para o enriquecimento da literatura com a proposição de um modelo único de formação e influência da imagem de destino.

FINANÇAS

- 30** O EFEITO DEFAULT COMO SOLUÇÃO PARA A AVERSÃO MÍOPE À PERDA Luiza Ferreira Guimarães, Marcos Gonçalves Avila, Camilla de Araujo Cordeiro

Na literatura sobre aversão míope à perda, Bernatzi e Thaler (1995) sugerem que existem dois fatores que a influenciam: o horizonte de tempo do investimento e a frequência com que este é avaliado. Fellner e Sutter (2009) sugerem que a imposição de tratamentos default pode ser uma solução para mitigar os efeitos negativos da aversão míope à perda sobre a decisão de investimento. Neste trabalho, através de um experimento baseado no desenho das investigações realizadas por Fellner e Sutter (2009), testou-se o impacto da imposição de tratamentos default de curto horizonte de investimento e baixa frequência de feedback do retorno do investimento sobre os níveis de investimento em situações de incerteza. Os resultados encontrados ao longo do trabalho sugerem que a imposição dos tratamentos default

acima descritos tem, potencialmente, um efeito positivo sobre a mitigação dos efeitos negativos causados pela aversão míope à perda, tendo como consequência uma maior alocação da renda dos indivíduos para o investimento arriscado.

MARKETING

- 47** TORCEDOR-CONSUMIDOR: FATORES QUE AFETAM A ADOÇÃO DO PROGRAMA SÓCIO TORCEDOR Leandro de França Pereira, Luis Alexandre Grubits de Paula Pessôa, Jorge Brantes Ferreira, Cristiane Junqueira Giovannini

Este estudo busca entender os efeitos da identificação com o time (IDT) e dos atributos das inovações (Rogers, 2003) sobre a atitude e intenção de adoção do consumidor com relação aos Programas Sócio Torcedor promovidos por clubes de futebol brasileiros. Para testar o modelo proposto foi realizado um levantamento com 346 consumidores, com os dados obtidos sendo analisados por meio de modelagem de equações estruturais. Os resultados sugerem que a identificação com o time, vantagem relativa e valor são fatores que exercem forte influência na atitude e na intenção de adoção do Programa Sócio Torcedor pelo consumidor.

MARKETING

- 67** PROPENSÃO DOS CONSUMIDORES AO USO DE SERVIÇOS DE PAGAMENTO EM DISPOSITIVOS MÓVEIS Luis Hernan Contreras Pinochet, Priscila Melo de Albuquerque Mota, Evandro Luiz Lopes

O objetivo deste artigo é analisar a propensão do consumidor ao uso de serviços de pagamentos em dispositivos móveis a partir dos construtos: confiança, facilidade de uso percebida, utilidade percebida, inovação pessoal e autoeficácia. O modelo adaptado a este estudo foi proposto por Duane, O' Reilly, e Andreev (2014). A pesquisa, que utilizou abordagem quantitativa com o apoio da técnica de coleta de dados do tipo survey em corte transversal único, obteve os dados oriundos de 365 respondentes que foram analisados por meio

da técnica de Modelagem de Equações Estruturais – MEE. Os resultados obtidos demonstraram que todas as hipóteses foram validadas no modelo. O construto autoeficácia, que apesar de influenciar a propensão ao uso de pagamento em dispositivos móveis, apresentou menor carga, dado que a maior parte dos participantes, por pertencerem a grupos de jovens usuários, caracterizam-se por viverem numa “nowconomy”, isto é, a busca pelo imediatismo, reduzindo assim, o tempo de utilização das novas tecnologias.

RECURSOS HUMANOS

87 LÍDER VERSUS LIDERADO? PERCEPÇÕES A PARTIR DO GRID GERENCIAL Fernanda Versiani, Mariana de Lima Caeiro, Antonio Carvalho Neto

Este trabalho pretende contribuir com os estudos de liderança propondo comparar a percepção do líder e de seus respectivos liderados sobre o comportamento da liderança exercida pelo líder, utilizando o questionário com as seis dimensões do Grid Gerencial, proposto por Blake e Mouton (1978). Foram analisadas as seis dimensões: decisão, convicção, conflito, emoções, senso de humor e empenho. A pesquisa é qualitativa, tem caráter descritivo e foi realizada em uma empresa de telemarketing, na cidade Campina Grande, Paraíba. Os dados foram coletados por meio de 52 questionários aplicados a duas equipes, compostas por um líder e 25 liderados cada uma. A análise dos dados indicou divergência entre as percepções do líder e dos liderados, em relação ao comportamento do líder avaliado nas seis dimensões do Grid. Houve, também, divergência entre o comportamento dos dois líderes, sendo um deles mais orientado para pessoas, enquanto o outro para a produção.

CONTABILIDADE

105 ASPECTOS DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE CONTROLE GERENCIAL Cleyton de Oliveira Ritta, Carlos Eduardo Facin Lavarda

O objetivo geral da pesquisa é avaliar aspectos da produção científica sobre controle gerencial na perspectiva da contabilidade gerencial nos periódicos internacionais da base de dados da Web of Science, disponíveis até 2014. A pesquisa caracteriza-se como descritiva com abordagem quantitativa por meio de estudo bibliométrico. Os procedimentos de coleta resultaram em 32 artigos disponíveis em oito periódicos. Os resultados da pesquisa mostraram que: maioria dos artigos foi do tipo empírico e de natureza exploratória. O foco das pesquisas tem como temas a funcionalidade de artefatos contábeis e da estrutura do sistema de controle gerencial. A teoria da Contingência foi a principal base teórica do constructo dos artigos. Conclui-se que as pesquisas sobre controle gerencial possuem amplo campo de assuntos para futuras pesquisas. Os fenômenos organizacionais contemporâneos e as novas estruturas organizacionais demandam por estudos exploratórios para compreender a função do sistema de controle gerencial na condução dos negócios.

Um setor pouco explorado na literatura de Capacidades Dinâmicas é o educacional na área privada, e investigá-lo pode contribuir na compreensão de quais fatores alavancaram seu crescimento e inovação em um ambiente altamente competitivo. Este estudo oferece um modelo com o objetivo de examinar o impacto da colaboração na inovação em serviços através de processos das capacidades dinâmicas em Instituições do Ensino Superior (IES) no setor privado, e se esses processos desenvolvidos resultam em competitividade no setor educacional. A abordagem deste estudo é quantitativa, realizada por meio de uma survey. Obteve-se uma amostra de 223 IES dentre uma população de 2.099 instituições de IES privadas brasileiras. Verificou-se que em um ambiente dinâmico, o valor potencial das Capacidades Dinâmicas permite que as IES renovem e reconfigurem suas Capacidades Colaborativas e apresentem novas configurações que possam melhor ajustar às condições ambientais diante de mudanças.

ESTRATÉGIA

125 CAPACIDADES DINÂMICAS E INOVAÇÃO EM SERVIÇOS: UM ESTUDO EM IES PRIVADAS BRASILEIRAS Mônica Maier Maier Giacomin, Karine Francisconi Chaerki, Gutemberg Ribeiro, José Roberto Frega

R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte v. 16 n. 3 p. 01-07 jul./set. 2017. ISSN 1984-6975 (online). ISSN 1517-8900 (Impressa) 7