

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. 17 • n. 1 • p. 01-141 • jan./mar. 2018

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. 17, n. 1, 2018

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:

Relação entre estilo gerencial e capacidade organizacional para mudança: perspectivas e desafios de uma empresa do setor de implementos rodoviários
Katuscia Schiemer Vargas, Gilnei Luiz de Moura, Terry Rosado Maders, Tatiane de Andrade Neves Horbe

Captação, resgates e liquidez: impacto na rentabilidade de fundos multimercados destinados a investidores de varejo
Flávia Vital Januzzi, Sabrina Amélia Lima Silva, Aureliano Angel Bressan, Robert Aldo Iquiapaza Coaguila

Práticas estratégicas de negociação em redes de cooperação
Cristiano Klanovicz, Jorge Renato de Souza Verschoore, Carlo Franzato

The influence of social network and self-monitoring on career
Ana Carla Bon, Sylvia Therezinha Almeida Moraes, Jorge Ferreira Silva

Produção acadêmica sobre experiências em serviços: uma revisão sistemática

Aline Regina Santos, Jane Iara Pereira da Costa, Fabrício Burger, José Agostinho Barbosa de Sousa, Eduardo Cechinel

The influences in the firm's purchasing decisions: an experimental study

Roger Augusto Luna

Processamento de informações motivada em grupos: a relação entre reflexividade e criatividade

Carlos Antônio Sobrinho, Ibsen Mateus Bitencourt, Paulo Henrique Desiderio, Renato Neder, José Carlos Marques

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:

Relationship between Management Style and Organizational Capacity for Change: prospects and challenges of a road implement sector company

Katiuscia Schiemer Vargas, Gilnei Luiz de Moura, Terry Rosado Maders, Tatiane de Andrade Neves Horbe

Inflows, redemptions and liquidity: effects on return of hedge funds directed to retail investors
Flávia Vital Januzzi, Sabrina Amélia Lima Silva, Aureliano Angel Bressan, Robert Aldo Iquiapaza Coaguila

Strategic practices of negotiation in cooperation network

Cristiano Klanovicz, Jorge Renato de Souza Verschoore, Carlo Franzato

The influence of social network and self-monitoring on career

Ana Carla Bon, Sylvia Therezinha Almeida Moraes, Jorge Ferreira Silva

Academic production on experiences in services: a systematic review

Aline Regina Santos, Jane Iara Pereira da Costa, Fabrício Burger, José Agostinho Barbosa de Sousa, Eduardo Cechinel

The influences in the firm's purchasing decisions: an experimental study

Roger Augusto Luna

Information processing motivated in groups: the relationship between reflexivity and creativity

Carlos Antônio Sobrinho, Ibsen Mateus Bittencourt, Paulo Henrique Desiderio, Renato Neder, José Carlos Marques

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editors Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

ESTRATÉGIAS

08 **RELAÇÃO ENTRE ESTILO GERENCIAL E CAPACIDADE ORGANIZACIONAL PARA MUDANÇA: PERSPECTIVAS E DESAFIOS DE UMA EMPRESA DO SETOR DE IMPLEMENTOS RODOVIÁRIOS** Katuscia Schiemer Vargas, Gilnei Luiz de Moura, Terry Rosado Maders, Tatiane de Andrade Neves Horbe

O estudo tem como objetivo investigar a relação entre o estilo gerencial e os fatores que facilitam ou dificultam a mudança organizacional. Para tanto, a pesquisa tem caráter descritivo e quantitativo, utilizando como delineamento de pesquisa um estudo de caso. A amostra foi composta por 307 colaboradores de uma empresa que vivenciou processos de mudança. Os resultados demonstraram que, segundo a percepção dos colaboradores, a maioria dos gerentes possui estilo gerencial orientado para a tarefa e, de modo geral, a empresa possui baixa capacidade para efetuar mudanças. Por fim, os resultados das correlações permitem inferir que os estilos gerenciais se relacionam com os mesmos construtos dos fatores que compõem a capacidade organizacional para mudança. Ou seja, independentemente de o foco de atuação do gerente ser orientado às tarefas e resultados, voltado para as relações interpessoais ou se adequar conforme o contexto da situação, a influência sobre a capacidade para mudar é a mesma.

FINANÇAS

29 **CAPTAÇÃO, RESGATES E LIQUIDEZ: IMPACTO NA RENTABILIDADE DE FUNDOS MULTIMERCADOS DESTINADOS A INVESTIDORES DE VAREJO** Flávia Vital Januzzi, Sabrina Amélia Lima Silva, Aureliano Angel Bressan, Robert Aldo Iquiapaza Coaguila

Os gestores de fundos abertos afrontam situações de excesso de liquidez pelas maiores captações e situações de falta de liquidez quando da redenção de cotas, situações estas que podem afetar o desempenho dos mesmos. Com base em 634 fundos multimercados brasileiros destinados a investidores de varejo no período de outubro de 2009 a dezembro de 2015, este estudo buscou avaliar o impacto do volume de captações, resgates e nível de liquidez sobre o Índice de Sharpe Ajustado trimestral desses fundos.

Para viabilizar as análises empregou-se o modelo de regressão quantílica. Os resultados sinalizam que não existe relação significativa entre o nível de liquidez e essa medida de desempenho. Todavia, constatou-se que o volume de resgates afeta negativa e significativamente a performance dos fundos em determinados quantis. Os resultados obtidos vão ao encontro das evidências encontradas por Rakowski (2010) para o mercado norte-americano. No que tange à captação, observa-se que com exceção dos fundos de pior desempenho, aqueles com maior captação corrente tendem a apresentar melhor desempenho atual. No entanto, a maior entrada de recursos acaba por comprometer a rentabilidade futura dos mesmos.

ESTRATÉGIA

48 **PRÁTICAS ESTRATÉGICAS DE NEGOCIAÇÃO EM REDES DE COOPERAÇÃO** Cristiano Klanovicz, Jorge Renato de Souza Verschoore, Carlo Franzato

O objetivo desta pesquisa é identificar as práticas estratégicas de negociação com fornecedores adotadas pelas redes de cooperação e analisá-las através da perspectiva teórica da Estratégia como Prática Social. O método empregado pela pesquisa foi desdobrado em duas etapas com procedimentos distintos. Inicialmente, foi aplicada uma survey em 50 redes de cooperação, permitindo a seleção de 14 redes com características similares, que foram analisadas mais detalhadamente por meio de entrevistas em profundidade e coleta documental a fim de manter coerência com a abordagem da Estratégia como Prática Social. Três práticas estratégicas foram identificadas: equipe de negociação, manual de negociação e tecnologia extranet. A partir das evidências obtidas, foi possível perceber que as três práticas identificadas se revelam como estratégicas, pois aumentam o potencial de ganho das empresas associadas, além de fortalecerem a organização e colaboração em rede, uma vez que incentivam a manutenção de mecanismos sociais entre seus integrantes.

RECURSOS HUMANOS

70 **THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORK AND SELF-MONITORING ON CAREER** Ana Carla Bon, Sylvia Therezinha Almeida Moraes, Jorge Ferreira Silva

After decades of a solid presence of women in the workforce, the fact that men still overwhelmingly dominate the majority of top positions in the hierarchy of many organizations suggests that there is much more to be investigated. This study aims to explore individual differences (gender and self-monitoring) and social network patterns of professionals, in order to explain barriers on women striving to ascend to the top, since these factors have both been found to affect performance evaluation, promotions and career in organizations. The results showed that males in management positions displayed the same network pattern, whereas females had different networks patterns, depending on their self-monitoring. Furthermore, social network differences were enhanced regarding low self-monitor males and females. High self-monitors males in gender homophilic networks were the ones more related to higher positions in the organization's hierarchy. The contribution of these findings is discussed, with suggestions for future research.

MARKETING

89 PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE EXPERIÊNCIAS EM SERVIÇOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA Aline Regina Santos, Jane Iara Pereira da Costa, Fabrício Burger, José Agostinho Barbosa de Sousa, Eduardo Cechinel

A presente pesquisa tem por objetivo analisar a produção acadêmica sobre o tema “experiência em serviços”, a partir de levantamento de artigos científicos publicados em periódicos vinculados às bases de dados Web of Science, Scopus, Ebsco e Emerald. Com uso das palavras-chave “Service* Experience”, “Consumer experience” and “Service*”, e “Customer experience” and “Service*”, 2.864 artigos foram identificados. Após depurações, 110 foram selecionados para compor a revisão sistemática. Entre os principais resultados, destaca-se o crescimento do volume de publicações a partir de 2012, indicando ser tema de interesse atual. Os trabalhos analisados trazem como principais palavras-chave “customer experience” e “service experience”, termos igualmente em destaque na revisão de literatura. A análise dos procedimentos metodológicos indicou a predominância da abordagem quantitativa, com pesquisa do tipo survey e uso de análise fatorial confirmatória como procedimento estatístico mais recorrente.

MERCADOLOGIA

110 AS INFLUÊNCIAS NAS DECISÕES DE COMPRAS DAS EMPRESAS: UM ESTUDO EXPERIMENTAL Roger Augusto Luna

Embora o tema da ansiedade tenha sido amplamente discutido nas áreas de psicologia e marketing, especialmente quando se analisa o comportamento do consumidor, o assunto ainda é pouco abordado para os processos de compras da área de Gestão de Operações (OM). Nesse sentido, o estudo aborda o tema de forma exploratória. Assim, um experimento fatorial 2x2 foi realizado para entender o fenômeno emocional nos processos de compras em cenários de envolvimento emocional alto e baixo versus tempo imediato e tempo distante para o evento. Os resultados obtidos por 111 respondentes mostram que o fenômeno emocional não interfere nos processos de compras nos cenários apresentados. No entanto, uma reavaliação dos cenários e novos estudos deve ser conduzida para confirmar as hipóteses apresentadas no estudo.

GESTÃO DA INFORMAÇÃO

121 PROCESSAMENTO DE INFORMAÇÕES MOTIVADA EM GRUPOS: A RELAÇÃO ENTRE REFLEXIVIDADE E CRIATIVIDADE Carlos Antônio Sobrinho, Ibsen Mateus Bittencourt, Paulo Henrique Desiderio, Renato Neder, José Carlos Marques

Neste trabalho, adota-se a perspectiva dos grupos como processadores de informações (HINSZ et al., 1997). Procurando preencher a lacuna deixada por Hinsz et al. (1997), De Dreu, Nijstad e van Knippenberg (2008) desenvolveram o modelo Motivated Information Processing in Groups (MIP-G). A proposição central do modelo MIP-G é que o processamento sistemático das informações em um grupo é afetado por dois tipos diferentes de motivação: a motivação epistêmica e a motivação social. O objetivo desse artigo foi comparar o efeito dos níveis de reflexividade na criatividade em grupos de pesquisa e desenvolvimento. Para a análise dos dados e teste das hipóteses, utilizou-se a Modelagem em Equações Estruturais e também o teste de comparação de médias com o suporte do software SPSS. Consistente com a ideia de que a reflexividade promove o processamento sistemático de informação, os resultados mostraram que em grupos com baixa reflexividade, os escores de criatividade foram menores.