



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. 3 • p. 01-131 • jul./set. 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 Lécia 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
Jefferson Lopes La Falce - Universidade FUMEC
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
Sérgio 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. 3, 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



Linha Editorial

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 multimídia, 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:

Alterações nos hábitos de compra e distribuição varejista

Kenyth Alves de Freitas, Ricardo Silveira Martins

O M-Learning como apoio ao ensino em Administração

Thais Vieira de Lima, Angilberto Sabino de Freitas, Jorge Brantes Ferreira, Fernando Filardi

Análise da Dinâmica do Mercado de Previdência Complementar Aberta – 2003 A 2014
Alex Rodrigues da Silva, José Antônio de Souza Neto, Wanderley Ramalho.

Panorama da produção acadêmica internacional sobre Conflito Trabalho-Família

Nágila Giovanna Silva Vilela, Mariane Lemos Lourenço, Flavia Obara Kai, Lara Kessia Martins Ávila.

Sacrifício Financeiro do Consumidor: proposição de uma escala

Jairo de Pontes Gomes, Salomão Alencar de

Farias, Marianny Jessica de Brito Silva, Francisco Vicente Sales Melo, Polyana de Lourdes Saraiva do Nascimento.

A Influência do Conhecimento e da Atitude no Comportamento de Investidor do Mercado Imobiliário.

Rúbia Oliveira Corrêa, Luiz Marcos de Oliveira Silva, Gustavo Dambiski Gomes de Carvalho, Wesley Vieira da Silva, Bruno Setton Gonçalves

Aspectos Comportamentais: decisões financeiras com base no modelo de Higgins

Jean Gleyson Farias Martins, Rodrigo José Guerra Leone, Walid Abbas El-Aouar, Alípio Ramos Veiga Neto, Ahiram Brunni Cartaxo de Castro

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Jefferson Lopes La Falce

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:

Changes in shopping habits and distribution in retail

Kenyth Alves de Freitas, Ricardo Silveira Martins

M-learning as support for teaching in Administration

Thais Vieira de Lima, Angilberto Sabino de Freitas, Jorge Brantes Ferreira, Fernando Filardi

Analysis of the Market Dynamic of Pension Funds Structures in Brazil - 2003 to 2014

Alex Rodrigues da Silva, José Antônio de Souza Neto, Wanderley Ramalho.

Panorama of international academic production on Conflict Work-Family

Nágila Giovanna Silva Vilela, Mariane Lemos Lourenço, Flavia Obara Kai, Lara Kessia Martins Ávila

Consumer Financial Sacrifice: proposing a scale
Jairo de Pontes Gomes, Salomão Alencar de Farias, Marianny Jessica de Brito Silva, Francisco Vicente Sales Melo, Polyana de Lourdes Saraiva do Nascimento

The influence of knowledge and attitude on investor behavior in the real estate market
Rúbia Oliveira Corrêa, Luiz Marcos de Oliveira Silva, Gustavo Dambiski Gomes de Carvalho, Wesley Vieira da Silva, Bruno Setton Gonçalves

Behavioral Aspects: financial decisions based on the Higgins' model

Jean Gleyson Farias Martins, Rodrigo José Guerra Leone, Walid Abbas El-Aouar, Alípio Ramos Veiga Neto, Ahiram Brunni Cartaxo de Castro

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Jefferson Lopes La Falce

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editors Revista de Administração FACES
Journal - Universidade FUMEC

Sumário

GESTÃO DE OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

08 ALTERAÇÕES NOS HÁBITOS DE COMPRA E DISTRIBUIÇÃO VAREJISTA Kenyth Alves de Freitas, Ricardo Silveira Martins

O crescimento das aglomerações urbanas tem causado restrições à mobilidade de pessoas e cargas, levando os consumidores a reduzirem a propensão a deslocamentos para compras. Sendo assim, o objetivo deste estudo é a busca de evidência de quais ramos de atividade do varejo podem ser apontados como mais sensíveis a volta do consumidor ao comércio local, bem como discutir os impactos da redistribuição espacial desta parte do varejo para a logística de distribuição nas cidades. Para isso, foram utilizados dados secundários das escolhas de locais de compra da base de dados da Pesquisa dos Orçamentos Familiares (POF) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), através de uma pesquisa básica, descritiva e quantitativa. Foram evidenciadas mudanças dos hábitos de compra mais contundentes para alimentos e produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumaria. Quanto mais se compra nos bairros, mais entregas são necessárias, portanto, mais veículos de carga circulando, menos mobilidade das pessoas, e, por conseguinte, menor propensão a deslocarem-se.

ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

28 O M-LEARNING COMO APOIO AO ENSINO EM ADMINISTRAÇÃO Thais Vieira de Lima, Angilberto Sabino de Freitas, Jorge Brantes Ferreira, Fernando Filardi

O objetivo deste estudo é apresentar um protocolo para o uso do mobile learning (m-learning) como modalidade complementar ao ensino presencial de Administração. Por meio da metodologia da Design Research, utilizou-se o Modelo para Análise Racional de Educação Móvel, com base na Teoria da Aprendizagem Experiencial, para desenvolver o artefato (protocolo), composto por 7 elementos: a) Questionário Diagnóstico; b) Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA); c) Comunidade de prática online; d) Reuniões presenciais de grupo; e) Realização de evento; e) Avaliação final; f) Grupo Focal. Os resultados indicam que o protocolo é adequado para a elaboração de estratégias e atividades de mobile learning. Foram encontradas evidências que reforçam o

modelo teórico adotado neste estudo, principalmente devido aos seus aspectos sociais: interação; promoção de contextos autênticos; e formação de comunidades de aprendizagem. Os resultados também apontam barreiras no uso do m-learning, como: a resistência à mudança; o baixo grau de criticidade dos estudantes; e a exigência de uma sólida formação didático-pedagógica do professor universitário. O protocolo proposto pretende contribuir com uma nova perspectiva sobre o uso da tecnologia móvel no processo de ensino-aprendizagem.

FINANÇAS

48 ANÁLISE DA DINÂMICA DO MERCADO DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR ABERTA – 2003 A 2014 Alex Rodrigues da Silva, José Antônio de Souza Neto, Wanderley Ramalho

No Brasil, o acesso às informações envolvendo a previdência social e a previdência complementar aberta e fechada tem aumentado vertiginosamente à medida que o setor se desenvolve. Este trabalho tem como objetivo analisar a dinâmica do mercado de previdência complementar aberta nas seguradoras independentes. Do ponto de vista metodológico, utilizou-se uma conjugação de uma análise quantitativa de dados secundários existentes e de uma abordagem qualitativa mediante aplicação de um questionário cujo objetivo foi o de levantar as percepções de corretores independentes que atuam no setor. Um procedimento metodológico final consistiu no exame da existência de uma possível consistência entre a dinâmica identificada pela abordagem quantitativa e as percepções apresentadas pelos corretores. A conclusão a que se chegou foi a de que, dentre as seis características que retratam a dinâmica da evolução da previdência complementar identificadas por meio da análise quantitativa, apenas uma foi ratificada mediante a análise qualitativa.

RELAÇÕES DE TRABALHO

64 PANORAMA DA PRODUÇÃO ACADÊMICA INTERNACIONAL SOBRE CONFLITO TRABALHO-FAMÍLIA Nágila Giovanna Silva Vilela, Mariane Lemos Lourenço, Flavia Obara Kai, Lara Kessia Martins Ávila

O objetivo desse artigo consiste em demonstrar o panorama das publicações relacionadas ao conflito trabalho-

Sumário

família disponíveis na base de dados da Web of Science no período de 2007 a 2016. Em termos metodológicos, trata-se de uma pesquisa quantitativa e descritiva e que se vale da bibliometria como estratégia de pesquisa. A partir da busca pela palavra-chave “work-family conflict” na base e período mencionados, 1490 resultados foram encontrados. Dentre os resultados, destacam-se: aumento do número de publicações ao longo dos anos, especialmente nas áreas de Psicologia e Economia de negócios, predominantemente escritos no idioma inglês e associados a 15 hot topics principais, tais como satisfação no trabalho, saúde e rotatividade. Apesar de não esgotar as possibilidades de um panorama a respeito do tema, contribui para a construção do conhecimento científico sobre conflito trabalho-família, bem como para os pesquisadores interessados na área.

MERCADOLOGIA

84 CONSUMER FINANCIAL SACRIFICE: PROPOSING A SCALE Jairo de Pontes Gomes, Salomão Alencar de Farias, Marianny Jessica de Brito Silva, Francisco Vicente Sales Melo, Polyana de Lourdes Saraiva do Nascimento

In the Marketing field, although the term sacrifice has usually been associated with the perceived value, studies about the ‘financial sacrifice’ for the purchase are still incipient. Through a literature review, it was possible to identify gaps both for measurement and for an adequate definition of this construct in the consumer behavior perspective. So, this article aims to develop a scale to measure the financial sacrifice for purchase, showing the concept of financial sacrifice as an act or the willingness to give up something valued, aiming the acquisition of something else of greater value. From this, the Consumer Financial Sacrifice - CFS scale was developed following the steps proposed by Churchill (1979). The results indicated that the proposed scale has good levels of reliability and validity, being single dimensional, formed by three items, contributing to highlight that the financial sacrifice can generate both negative and positive aspects for the consumer.

FINANÇAS

100 A INFLUÊNCIA DO CONHECIMENTO E DA ATITUDE NO COMPORTAMENTO DE INVESTIDOR DO MERCADO IMOBILIÁRIO Rúbia Oliveira Corrêa, Luiz Marcos de Oliveira Silva, Gus-

tavo Dambiski Gomes de Carvalho, Wesley Vieira da Silva, Bruno Setton Gonçalves

O presente estudo verificou a influência do nível de conhecimento e da atitude em relação ao risco percebido sobre o comportamento de investidores do mercado imobiliário. A pesquisa em questão se caracteriza como um levantamento de caráter descritivo e, em sua abordagem, classifica-se como quantitativa. A amostra é do tipo não probabilística, pois foi utilizada a técnica “bola de neve” para acessar a amostra de 113 investidores do mercado supracitado. Para os fins deste estudo, os dados foram coletados por meio de questionários estruturados que ficaram disponibilizados online por meio da ferramenta Google doc. A análise dos dados fez uso do pacote estatístico SmartPLS 3.0. Utilizou-se ainda da Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Diante dos achados, foi possível concluir que há influência significativa das variáveis independentes deste estudo (atitude do investidor em relação ao risco e nível de conhecimento) sobre a dependente (comportamento consumidor). A análise do modelo estrutural salientou que estas primeiras variáveis conseguem explicar 48,2% do modelo proposto.

FINANÇAS

117 ASPECTOS COMPORTAMENTAIS: DECISÕES FINANCEIRAS COM BASE NO MODELO DE HIGGINS Jean Gleyson Farias Martins, Rodrigo José Guerra Leone, Walid Abbas El-Aouar, Alípio Ramos Veiga Neto, Ahiram Brunni Cartaxo de Castro

O objetivo desse trabalho foi identificar a diferença do “foco de promoção” e do “foco prevenção”, utilizados para a tomada de decisão entre os graduandos de Ciências Contábeis e de Administração, por meio do modelo proposto por Higgins (2000). Trata-se de uma pesquisa com método quantitativo com modo de investigação na pesquisa survey de propósito descritivo e corte-transversal. O quadro de análise utilizado foi o modelo de Higgins (2000). Os resultados sinalizaram que: os discentes de Ciências Contábeis são mais conservadores do que os de administração quando tomam decisões em “foco de prevenção”, enquanto que, os alunos de contabilidade se sentem mais entusiasmados no “foco promoção”. A pesquisa demonstrou que os alunos ao tomarem decisões, procuram mecanismos e mapas mentais (subjetividade) e, ao utilizarem o “método de ajuste”, os alunos perceberam que o resultado econômico positivo nem sempre é a melhor decisão.