

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

# FACES

JOURNAL

TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO  
MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION  
[www.fumec.br/publicacoes/revistas](http://www.fumec.br/publicacoes/revistas)

Publicação Trimestral da  
Faculdade de Ciências Empresariais  
Universidade FUMEC



Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. • Belo Horizonte v. 20 • n. 1 • p. 01-139 • jan./mar. 2021

**FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC**

Presidente: Prof. Air Rabelo

**REITOR:**

Prof. Fernando de Melo Nogueira

**PRÓ-REITOR DE GRADUAÇÃO:**

Prof. João Batista de Mendonça Filho

**PRÓ-REITOR DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO:**

Prof. Márcio Dario da Silva

**PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO:**

Prof. Henrique Cordeiro Martins

**DIRETORA GERAL DA FACE - FACULDADE DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

Profª. Renata de Sousa da Silva Tolentino

**EDITOR**

Daniel Jardim Pardini – Editor Geral

**EDITORES ASSOCIADOS**

Prof. Cid Gonçalves Filho, Universidade FUMEC

Prof. Carlos Alberto Gonçalves, CEPEAD/UFMG

**CONTATO PRINCIPAL****Daniel Jardim Pardini**

Professor Doutor

Universidade Fumec

Rua Cobre, 200 - 1º andar - Bairro Cruzeiro

30310-190 - Belo Horizonte - MG

E-mail: faces@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. 20, n. 1, 2021****Belo Horizonte / MG: FUMEC.****Trimestral****ISSN 1984-6975 (online)****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](http://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: Alex Andrade Edições

Site: [www.artediagramacao.com.br](http://www.artediagramacao.com.br)E-mail: [aandrade9@gmail.com](mailto:aandrade9@gmail.com)**Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces  
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG  
[www.fumec.br/publicacoes/revistas](http://www.fumec.br/publicacoes/revistas) - [faces@fumec.br](mailto:faces@fumec.br)**

## INTRODUÇÃO

A Revista FACES, há 20 anos, 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 50 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.

A instituição, sem fins lucrativos, 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 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 extensa 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

Neste primeiro número de 2021 da Revista de Administração FACES Journal vimos convidar nossos leitores a degustarem artigos das áreas de Tecnologia da Informação, Marketing, Recursos Humanos, Empreendedorismo e Finanças.

O primeiro estudo abarca os níveis de engajamento do humor de usuários no Twitter sobre as publicações em uma revista brasileira. Os resultados indicam os efeitos do humor no engajamento das pessoas relativos às dimensões conteúdo da publicação e período diário semanal das postagens.

No segundo artigo os autores avaliam o comportamento de aprendizagem sobre a confiança na plataforma de social commerce. São mensurados os efeitos da aprendizagem - por fóruns e comunidades, revisões e comentários, recomendações sociais, anúncios publicitários e observações - na confiança que conduz à intenção de compra e o boca a boca.

A terceira pesquisa retrata a forma em que as organizações que se destacam em gestão de pessoas desenvolvem seus talentos. O estudo busca compreender o distanciamento existente entre o mapear e o desenvolver profissionais potenciais sucessores e revelam surpresas, mesmo para aquelas empresas que são destaque no trato de seus recursos humanos.

Ainda na perspectiva do RH, o quarto artigo avalia a influência das táticas de socialização na adaptação profissional de novos servidores em uma universidade federal do Brasil. A survey realizada demonstra a importância dos trabalhadores mais experientes nas implicações positivas da socialização quanto as dimensões competência, comportamento proativo e proficiência.

Na sequência é apresentado, no quinto artigo, o modelo de microfundações da institucionalização do conhecimento organizacional. A nova metodologia para os estudos sobre o conhecimento em organizações é testada em empresas de Arranjos Produtivos Locais (APLs).

O sexto artigo avalia e compara, sob a ótica de discentes, as estruturas e iniciativas de instituições de ensino superior da capital mineira que visam estimular o empreendedorismo. Por fim, no sétimo artigo, é investigado se a variável política é determinante para a obtenção de capital junto ao BNDES. A pesquisa verifica possíveis

consequências entre conselhos administrativos politicamente conectados e o acesso a recursos financeiros do banco de desenvolvimento federal.

Esperamos que façam bom uso das leituras dos artigos e que as temáticas editadas cresçam no conhecimento científico e empírico de nossos leitores.

Os artigos que compõem este número são:

“NÃO CRIE EXPECTATIVA, CRIE HAMSTER”: HUMOR E ENGAJAMENTO NO TWITTER. João Coelho Soares, Martin de La Martiniere Petroll, Marco Antônio de Moraes Ocke.

INTENÇÃO DE COMPRA EM SOCIAL COMMERCE: ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO DE APRENDIZAGEM DO CONSUMIDOR. Edilson de Oliveira Mesquita, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes, Ezequiel Alves Lobo.

DESENVOLVIMENTO DE POTENCIAIS SUCESSORES EM EMPRESAS QUE BUSCAM SE DESTACAR EM GESTÃO DE PESSOAS. Tatiana Almendra Dutra, Leonardo Nelmi Trevisan, Elza Fátima Rosa Veloso, Lucas Santos.

ANALYSIS OF THE EMPLOYEES SOCIALIZATION PROCESS OF A BRAZILIAN FEDERAL UNIVERSITY. Josivan Bernardes de Araújo, Eulálio Gomes Campelo Filho.

CONHECIMENTO EM ORGANIZAÇÕES A PARTIR DA PERSPECTIVA INSTITUCIONAL. Márcio Jacometti, Sandro Aparecido Gonçalves, Leandro Rodrigo Canto Bonfim.

ESTÍMULO AO EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR SOB A PERSPECTIVA DOS DISCENTES. Paula Karina Salume, Gabriela Figueiredo Dias, Luis Renato Junqueira, Liliane de Oliveira Guimarães.

O INTERLOCKING POLÍTICO TRAZ BENEFÍCIOS PARA AS EMPRESAS NA CAPTAÇÃO DE RECURSOS FINANCEIROS JUNTO AO BNDES? Thiago de Sousa Barros, Arthur Machado Guimarães Jota.

Tenham todos uma ótima leitura,  
Prof. Dr. Daniel Jardim Pardini  
Editor da Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

## Dear Researchers, Academics and Business Community

In this first issue of 2021 of FACES Journal Review, we invite our readers to appreciate articles in the areas of Information Technology, Marketing, Human Resources, Entrepreneurship and Finance.

The first study covers the engagement levels of mood of users on Twitter about publications in the Brazilian magazine. The results indicate the effects of mood on people's engagement related to the publication content and daily weekly period of the posts on Twitter.

In the second article, the authors assess the behavior of learning about trust in the social commerce platform. The effects of learning are measured - through forums and communities, reviews and comments, social recommendations, advertisements and observations - on trust that leads to purchase intent and word of mouth.

The third survey portrays the way in which organizations that was recognized in people management develop their talents. The study seeks to understand the gap between mapping and developing potential professional successors and reveals surprises, even for those companies that stand out when dealing with their human resources.

Still from the HR perspective, the fourth article assesses the influence of socialization tactics on the professional adaptation of new employees at a federal university in Brazil. The survey demonstrates the importance of more experienced workers in the positive implications of socialization in terms of competence, proactive behavior and proficiency.

Then, the fifth article presented the microfoundations model of organizational knowledge' institutionalization. The new methodology for studies on knowledge in organizations is tested in companies of a Local Productive Arrangements (APLs). The next article evaluates and compares, from the perspective of students, the structures and initiatives of higher education institutions in the capital of Minas Gerais that aim to encourage entrepreneurship.

Finally, the seventh article investigates whether the political variable is decisive for obtaining capital from the BNDES. The research examines possible consequences between politically connected administrative councils and access to financial resources from the federal development bank.

We hope that they make good use of the readings

of the articles and that the themes edited add to the scientific and empirical knowledge of our readers.

We hope that our readers make good use of the readings and extract from the texts scientific and empirical insights for their areas of interest and research.

The articles included in this issue are:

**“DON'T CREATE EXPECTATIONS, CREATE HAMSTERS”: THE RELATIONSHIP BETWEEN HUMOR AND ENGAGEMENT ON TWITTER.**  
João Coelho Soares, Martin de La Martiniere Petroll, Marco Antônio de Moraes Ocke.

**PURCHASE INTENTION IN SOCIAL COMMERCE: STUDY ON THE INFLUENCE OF CONSUMER LEARNING BEHAVIOR.**  
Edilson de Oliveira Mesquita, Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes, Ezequiel Alves Lobo.

**DEVELOPMENT OF POTENTIAL SUCCESSORS IN COMPANIES THAT SEEK TO STAND OUT IN PEOPLE MANAGEMENT.**  
Tatiana Almendra Dutra, Leonardo Nelmi Trevisan, Elza Fátima Rosa Veloso, Lucas Santos.

**ANALYSIS OF THE EMPLOYEES SOCIALIZATION PROCESS OF A BRAZILIAN FEDERAL UNIVERSITY.**  
Josivan Bernardes de Araújo, Eulálio Gomes Campelo Filho.

**KNOWLEDGE IN ORGANIZATIONS FROM AN INSTITUTIONAL PERSPECTIVE.**  
Márcio Jacometti, Sandro Aparecido Gonçalves, Leandro Rodrigo Canto Bonfim.

**STIMULUS TO ENTREPRENEURSHIP IN UNIVERSITY UNDER THE STUDENTS PERSPECTIVE.**  
Paula Karina Salume, Gabriela Figueiredo Dias, Luis Renato Junqueira, Liliane de Oliveira Guimarães.

**DOES THE POLITICAL INTERLOCKING BRING BENEFITS TO COMPANIES IN THE FUNDING OF FINANCIAL RESOURCES FROM BNDES?**  
Thiago de Sousa Barros, Arthur Machado Guimarães Jota.

Have all a very good read,  
Prof. Dr. Daniel Jardim Pardini  
Editor of the Revista de Administração FACES  
Journal - Universidade FUMEC

### 08 “NÃO CRIE EXPECTATIVA, CRIE HAMSTER”: HUMOR E ENGAJAMENTO NOTWITTER.

João Coelho Soares, Martin de La Martiniere  
Petroll, Marco Antônio de Moraes Ocke.

O estudo tem como objetivo analisar o efeito do humor no engajamento dos usuários em relação às publicações do perfil Globo Rural no Twitter. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, conclusiva, descritiva, com coleta de dados por observação e análise via estatística descritiva e Teste-T. Foram coletadas e analisadas 1.100 publicações da revista Globo Rural no Twitter. Os resultados do estudo revelaram que há diferença estatística significativa e positiva nas três variáveis de engajamento em relação à presença de humor nas publicações analisadas. Observou-se também uma diferença nas médias de engajamento em relação ao dia e tipo de conteúdo da publicação: as médias nas publicações sem humor em finais de semana são maiores comparadas às publicações em dias úteis na semana, enquanto nas publicações com humor as médias em finais de semana são menores se comparadas às publicações em dias úteis na semana.

### 24 INTENÇÃO DE COMPRA EM SOCIAL COMMERCE: ESTUDO SOBRE A INFLUÊN- CIA DO COMPORTAMENTO DE APRENDI- ZAGEM DO CONSUMIDOR.

Edilson de Oliveira Mesquita, Danielle Miranda  
de Oliveira Arruda Gomes, Ezequiel Alves Lobo.

Baseado na teoria da aprendizagem social, o presente trabalho desenvolveu um modelo de pesquisa para examinar o comportamento de aprendizagem dos consumidores a partir dos principais Componentes do Social Commerce (CSC) e aprendizagem observacional, e assim analisar a influência sobre a confiança na plataforma, intenção de compra e intenção de boca a boca. Para cumprimento dos objetivos desse trabalho foi realizado uma survey com 162 respondentes, utilizando-se da Modelagem de Equações Estruturais como método de análise dos dados. Os resultados sugerem que a variável aprendizagem observacional apresenta influência sobre a variável confiança na plataforma, bem como a confiança na plataforma de Social Commerce apresenta efeitos positivos sobre as variáveis intenção de compra e intenção de boca a boca. Ademais, contrariando as expectativas do presente estudo, os resultados sugerem que as dimensões de aprendizagem

a partir dos principais CSC não apresentam influência significativa sobre a variável confiança.

### 43 DESENVOLVIMENTO DE POTENCIAIS SUCESSORES EM EMPRESAS QUE BUSCAM SE DESTACAR EM GESTÃO DE PESSOAS.

Tatiana Almendra Dutra, Leonardo Nelmi Trevisan, Elza Fátima Rosa Veloso, Lucas Santos.

Apesar da necessidade crescente das empresas desenvolverem seus potenciais talentos, segundo a literatura, a maior parte delas mapeia, mas não desenvolve esses profissionais. O objetivo deste estudo foi verificar se as organizações estão trabalhando o desenvolvimento de candidatos à sucessão mapeados e de que forma ele está ocorrendo. A amostra foi composta por empresas que participaram voluntariamente do levantamento das “150 melhores empresas para você trabalhar”, sendo um estudo quantitativo e populacional. Utilizou-se para análise dos dados o coeficiente Phi ( $\phi$ ) de correlação, e técnicas de estatísticas descritivas básicas: média, moda, frequências e proporções, Análise de Variância (ANOVA) e Análise de Regressão. Observou-se que a maior parte das empresas pesquisadas corre grandes riscos de sobrevivência no mercado, pois não possuem práticas formais para desenvolvimento de profissionais mapeados como potenciais sucessores e aquelas que o fazem ainda utilizam prioritariamente treinamento como forma de desenvolvimento, embora a literatura critique a sua eficácia.

### 61 ANALYSIS OF THE EMPLOYEES SOCIALI- ZATION PROCESS OF A BRAZILIAN FEDE- RAL UNIVERSITY.

Josivan Bernardes de Araújo, Eulálio Gomes  
Campelo Filho.

The crescent population demand for a more efficient public services has been putting an increasing pressure on more prepared and willing employees to fulfill their role in the governmental institutions, thus posing major human resource management challenges to public entities. Therefore, the study analysed the influence of socialization tactics on the job adjustment of new employees of a Federal University in Brazil, applying for that a case study at the Federal University of Piauí (UFPI), with a population of 453 staff members interviewed. For the data collection, a questionnaire was applied, using the Chao-

et al scales. (1994) and Jones (1986), adopted by Cable and Parson (2003). The scale has been translated into Portuguese and then re-translated into English where there were no significant variations between the original and the re-translated version. The data afterwards have been treated through statistical descriptive and inferential analysis with the support of the programs Excel 16.0 and Statistical Package for Social Science 20.0 (SPSS) for Windows. The results showed a positive influence of the tactics on the level of socialization of newcomers, highlighting the tactics of social and context aspects revealing the importance of more experienced workers and the organization of actions in asserting, confirming, and clarifying the organizational roles of those in the process. The use of these tactics positively influenced the socialization in dimensions related to competence and proactive behavior; language, performance and proficiency, factors connected to how the institution organizes and forwards its culture to the newcomer.

### 81 CONHECIMENTO EM ORGANIZAÇÕES A PARTIR DA PERSPECTIVA INSTITUCIONAL.

Márcio Jacometti, Sandro Aparecido Gonçalves, Leandro Rodrigo Canto Bonfim

Este artigo teve por objetivo propor uma nova tipologia para estudos sobre o conceito de conhecimento em organizações e demonstrar como o trabalho institucional influencia a sua difusão. Assim, a partir do trabalho institucional de empresas em Arranjos Produtivos Locais (APLs), um modelo teórico envolvendo as microfundações da institucionalização foi desenvolvido. A pesquisa se caracterizou como mista: multimétodos, que utilizou um questionário estruturado aplicado a uma amostra de 96 empresas, construído a partir de documentos e de 17 entrevistas semiestruturadas realizadas com dirigentes de entidades de três APLs localizados nas cidades de Arapongas, Imituva e Londrina, no Paraná, entre 2012 e 2013. Os resultados demonstraram que o trabalho institucional influenciou o conhecimento difundido nos três APLs investigados, validando quatro das cinco hipóteses propostas pelo estudo. Deste modo, a pesquisa identificou processos pelos quais formas específicas de conhecimento vêm à tona, validando o modelo para ser utilizado em pesquisas futuras.

### 98 ESTÍMULO AO EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR SOB A PERSPECTIVA DOS DISCENTES.

Paula Karina Salume, Gabriela Figueiredo Dias, Luis Renato Junqueira, Liliane de Oliveira Guimarães.

As universidades, atualmente, possuem a missão de incentivar o empreendedorismo e a inovação, além da promoção do ensino, pesquisa e extensão. O estímulo ao empreendedorismo pode ser realizado de diversas formas: disciplinas, eventos, incubadoras, entre outros. O propósito desse estudo é avaliar se universidades e centros universitários de Belo Horizonte, que ofertam cursos de Engenharias e/ou Informática, estimulam o empreendedorismo, levando-se em consideração o ponto de vista discente. Para isso utilizou-se questionários online para compreender a opinião dos alunos acerca do empreendedorismo em sua instituição. Em geral, os estudantes consideram que possuem postura empreendedora e que a metodologia de ensino e a grade curricular contribuem para o desenvolvimento de competências empreendedoras. Por meio de correlações foram analisadas as dimensões do estudo e os resultados apontaram que o apoio dos diretórios estudantis, centros acadêmicos e professores são importantes para o envolvimento dos alunos em iniciativas empreendedoras.

### 120 O INTERLOCKING POLÍTICO TRAZ BENEFÍCIOS PARA AS EMPRESAS NA CAPTAÇÃO DE RECURSOS FINANCEIROS JUNTO AO BNDES?

Thiago de Sousa Barros, Arthur Machado Guimarães Jota.

A literatura em governança corporativa sugere que as empresas constroem conexões políticas, seja mantendo assento para ex-políticos nos Conselhos de Administração ou por meio de doações para campanhas eleitorais no Brasil, visando múltiplos interesses corporativos. Diante da escalada de financiamentos concedidos pelo BNDES nos últimos anos, este artigo tenciona analisar, com base nas empresas listadas na B3 e que compõem o índice IBrX 100, se o interlocking político foi determinante para a obtenção de recursos de forma direta ou indireta junto ao BNDES. Os resultados não evidenciaram uma relação significativa entre a conexão política e os contratos de financiamento firmados pelas companhias junto ao BNDES. Apesar dos resultados apresentarem-se como estatisticamente não significantes, o presente artigo acrescenta aos estudos até então existentes, acerca de conexões políticas e empresariais para o contexto brasileiro, trazendo novas contribuições para este campo da governança corporativa.