

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. 20 • n. 3 • p. 01-127 • jul./set. 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

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.brE-mail: aandrade9@gmail.com**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, 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 terceiro número da Revista de Administração FACES Journal registramos a presença de artigos que versam sobre o comportamento do consumidor contemporâneo abarcando temas que tratam, desde o consumo do medo e do uso de plataformas virtuais, até estudos mais recentes que empregam a neurociência para entender as escolhas de clientes. Além destas temáticas da área mercadológica, complementam a edição a pesquisa que alinha inteligência cultural e aprendizagem experiencial e três outros trabalhos que tratam da ambiência organizacional: os impactos da crise nos investimentos da indústria brasileira, o desafio da eficiência das agências bancárias tradicionais e a análise dos resultados financeiros de uma associação desportiva voltada para o futebol.

Ainda pouco explorado na literatura brasileira de marketing, o consumo do medo é abordado no primeiro trabalho desta edição. As percepções sobre o estado emotivo que ativa o temor nas pessoas são investigadas nos contextos dos esportes radicais e da literatura e cinematografia do horror. Os achados da pesquisa contribuem para ampliar o conhecimento acerca das condições de autocontrole proporcionadas pelo medo, ao mesmo tempo que favorece o tratamento da ansiedade social e outros transtornos.

O segundo artigo propõe o modelo de mensuração da influência dos construtos satisfação/reputação na lealdade de usuários do Uber. Os resultados indicam a relevância da atitude dos usuários enquanto variável moderadora para a intenção comportamental da lealdade. Similar estudo pode ser replicado para as várias plataformas de consumo colaborativo que têm surgido. No terceiro trabalho a perspectiva de análise sensorial é utilizada para avaliar a percepção de consumidores sobre as especialidades da gastronomia japonesa. A pesquisa é realizada alinhando a percepção sensorial à ambiência e características individuais da amostra e aos cinco sentidos humanos - visão, paladar, tato, olfato e audição. Explorar o potencial sensorial do consumidor constitui-se em um passo importante para ampliar o conhecimento da capacidade perceptual nos estudos mercadológicos.

O quarto artigo retoma os debates sobre a inteligência cultural e associa seus resultados à aprendizagem experiencial. O modelo é testado na formação de alunos de graduação de comércio exterior e traz insights que auxiliam na compreensão da relação entre os dois

construtos. No âmbito das relações internacionais os resultados da pesquisa confirmam que a aprendizagem é facilitada pela experiência de vida prática, ou seja, um processo potencialmente influenciado por uma variedade de atributos individuais, como as experiências de vida.

No quinto estudo é contemplado o comportamento da gestão de estoques e das decisões de investimentos, em períodos de crises econômicas, em organizações abertas do setor industrial brasileiro. Os efeitos da crise no estoque e em decisões de investimentos têm sido objeto de investigação por estudiosos da área econômica com repercussões diretas nas atividades organizacionais. Os resultados da pesquisa, curiosamente, indicam que, se por um lado a gestão de estoque não é afetada, por outro, a diminuição de investimentos em períodos de crise corroboram com os demais estudos sobre o tema.

A eficiência do mercado tradicional de atendimento bancário, frente aos novos modelos de gestão de baixo custo das fintechs é o foco temático do sexto artigo. Em tempos de competição acirrada no setor de bancos, a ineficiência pode vir a ser a grande vilã na competitividade das agências bancárias. O número de concorrentes no município, a margem de contribuição com tarifas e o volume de empregados alocados em atividades funcionais são as principais variáveis que contribuem na avaliação da eficiência das agências bancárias.

O sétimo trabalho abrange as repercussões financeiras de uma associação desportiva voltada para o futebol. Com o advento da lei que trata da Sociedade Anônima do Futebol, um dos debates que tende a se expandir nos próximos anos é a profissionalização da governança e gestão deste tipo de agremiação. O estudo permitiu relacionar o desempenho em campo da equipe pesquisada com variáveis fundamentalistas que expressam a situação financeira do clube. Os resultados mostram que nem sempre é simétrica a relação entre clube e empresa e que o formato de gestão pode vir a afetar as variáveis de desempenho em campo e fora dele.

Nossa expectativa é que os artigos selecionados sejam de ótimo proveito para a expansão do conhecimento e aplicabilidade de pesquisa para os nossos leitores.

Os artigos que compõem este número são:

Vol. 20, No 3 – Julho / Setembro - 2021

O CONSUMO DO MEDO EM DIFERENTES CONTEXTOS - Adryano Veras Araújo, Márcio de Oliveira Mota, Ana Augusta Ferreira de Freitas

ECONOMIA COMPARTILHADA: LEALDADE DOS USUÁRIOS UBER NO BRASIL - - Sérgio Henrique de Oliveira Lima, Inácio Ferreira Façanha Neto, Marina Freire de Paiva Ramos Souza, Áurio Lúcio Leocádio da Silva

NEUROCIÊNCIA E ANÁLISE SENSORIAL: IMPLICANDO À GASTRONOMIA JAPONESA - José Edson Lara, Gisele Cristina Nishiyama, Thalles Augusto Tissot-Lara, Luciano Zille Pereira

INTELIGÊNCIA CULTURAL: UMA ANÁLISE SOB A APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL - Narayana de Oliveira Vazatta, Dinorá Eliete Floriani, Rejane Roecker

SETOR INDUSTRIAL BRASILEIRO: A CRISE AFETOU OS INVESTIMENTOS? - Naiara Fernandes Abreu de Souza, Francisco Arnaldo Ferraz Lima, Tiago Moraes Mariano, Luciana Carvalho, Kárem Cristina de Sousa Ribeiro

EFICIÊNCIA DAS AGÊNCIAS BANCÁRIAS TRADICIONAIS SOB A ÓTICA DA ANÁLISE ENVOLTÓRIA DE DADOS - Marcos Paulo Albarello Friedrich, Cleonice Witt, Nelson Hein, Adriana Kroenke Hein

PÁGINAS HEROICAS IMORTAIS: AS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS VERMELHAS DO CLUBE AZUL E BRANCO - Getúlio Alves de Souza Matos, Thiago de Sousa Barros

Desejamos aos nossos leitores uma agradável leitura,

Prof. Dr. Daniel Jardim Pardini
Editor da Revista de Administração FACES
Journal - Universidade FUMEC

Dear Researchers, Academics and Business Community

In this third issue of the Revista de Administração FACES Journal, we register the presence of articles that treaty with contemporary consumer behavior; covering topics that deal with, from the consumption of fear and the use of virtual platforms, to more recent studies that employ neuroscience to understand the customer choices. In addition to these topics in the marketing area, the edition is complemented by research that aligns cultural intelligence and experiential learning and three other works related to the organizational environment: the impacts of the crisis on the Brazilian industry investments, the challenge of the traditional bank branches' efficiency and the analysis of the financial results of a sports association focused on football.

Still little explored in the Brazilian marketing literature, the consumption of fear is addressed in the first work of this edition. Perceptions about the emotional state that triggers fear in people are investigated in the contexts of extreme sports and horror literature and cinematography. The research findings contribute to expanding knowledge about the conditions of self-control provided by fear, while favoring the treatment of social anxiety and other disorders.

The second article proposes a model for measuring the influence of the satisfaction/reputation constructs on the loyalty of Uber users. The results indicate the relevance of users' attitude as a moderating variable for the behavioral intention of loyalty. A similar study can be replicated for the various collaborative consumption platforms that have emerged.

In the third work the perspective of sensorial analysis is used to evaluate the perception of consumers about the specialties of Japanese cuisine. The research is carried out by aligning sensory perception to the ambience and individual characteristics of the sample and to the five human senses - sight, taste, touch, smell and hearing. Exploring the sensory potential of the consumer constitutes an important step to expand the knowledge of the perceptual capacity in marketing studies.

The fourth article takes up the debates on cultural intelligence and associates its results with experiential learning. The model is tested in the training of foreign trade undergraduate students and brings insights that help in understanding the relationship between the two constructs. In the field of international relations, the research results confirm that learning is facilitated by practical life experience,

that is, a process potentially influenced by a variety of individual attributes, such as life experiences.

The fifth study considered the behavior of inventory management and investment decisions, in periods of economic crisis, in Brazilian industrial companies. The effects of the crisis on inventory and investment decisions have been the subject of investigation by scholars in the economic area with direct repercussions on organizational activities. The research results, curiously, indicate that, if on the one hand inventory management is not affected, on the other hand, the decrease in investments in periods of crisis corroborates to other studies on the subject area.

The efficiency of the traditional banking services market, in view of the new low-cost management models of fintechs, is the thematic focus of the sixth article. In times of fierce competition in the banking sector, inefficiency can become the great villain in the competitiveness of bank branches. The number of competitors in the municipality, the contribution margin with fees and the volume of employees allocated to functional activities are the main variables that contribute to the evaluation of the efficiency of bank branches.

The seventh work covers the financial repercussions of a sports association focused on football. With the advent of the law dealing with the "Sociedade Anônima do Futebol", one of the debates that tends to expand in the coming years is the professionalization of governance and management of this type of association. The study allowed to relate the field performance of the researched team with fundamentalist variables that express the financial situation of the club. The results show that the relationship between club and company is not always symmetrical and that the management format can affect performance variables on and off the soccer field.

Our expectation is that the selected articles will be of great benefit to the expansion of knowledge and research applicability for our readers.

The articles included in this issue are:

THE CONSUMPTION OF FEAR IN DIFFERENT CONTEXTS - Adryano Veras Araújo, Márcio de Oliveira Mota, Ana Augusta Ferreira de Freitas

SHARING ECONOMY: UBER USERS' LOYALTY IN BRAZIL - Sérgio Henrique de Oliveira Lima, Inácio Ferreira Façanha Neto, Marina Freire de Paiva Ramos Souza, Áurio Lúcio Leocádio da Silva

NEUROSCIENCE AND SENSORIAL ANALYSIS: IMPLICATING TO JAPANESE GASTRONOMY - José Edson Lara, Gisele Cristina Nishiyama, Thalles Augusto Tissot-Lara, Luciano Zille Pereira

CULTURAL INTELLIGENCE: AN ANALYSIS OF THE EXPERIENTIAL LEARNING - Narayana de Oliveira Vazatta, Dinorá Eliete Floriani, Rejane Ro-ecker

BRAZILIAN INDUSTRIAL SECTOR: HAS THE CRISIS AFFECTED INVESTMENT? - Naiara Fernandes Abreu de Souza, Francisco Arnaldo Ferraz Lima, Tiago Moraes Mariano, Luciana Carvalho, Kárem Cristina de Sousa Ribeiro

EFFICIENCY OF TRADITIONAL BANKING AGENCIES FROM THE PERSPECTIVE OF DATA ENVELOPMENT ANALYSIS - Marcos Paulo Albarello Friedrich, Cleonice Witt, Nelson Hein, Adriana Kroenke Hein

UNDYING HEROIC PAGES: The red financial statements of the white-and-blue team - Getúlio Alves de Souza Matos, Thiago de Sousa Barros

Have all a very good read,

Prof. Dr. Daniel Jardim Pardini
Editor of the Revista de Administração FACES
Journal - Universidade FUMEC

10 SETOR INDUSTRIAL BRASILEIRO: A CRISE AFETOU OS INVESTIMENTOS?

Naiara Fernandes Abreu de Souza, Francisco Arnaldo Ferraz Lima, Tiago Moraes Mariano, Luciana Carvalho, Kárem Cristina de Sousa Ribeiro

A gestão de estoques e decisões de investimentos contribuem estrategicamente para a maioria das empresas. Ambas exercem influência na maximização de valor e, portanto, na riqueza dos acionistas. O presente estudo objetiva identificar qual o impacto do efeito crise na gestão de estoques e nas decisões de investimentos na indústria brasileira. Para isto foram levantados dados de 349 indústrias de capital aberto listadas na B3 no período de 2010 a 2018, utilizando a análise em painel. Os resultados encontrados não demonstraram um efeito crise no estoque, mas este fato pode ser explicado pela complexidade de componentes relacionados ao resultado das empresas, que vão além dos níveis de estocagem. No que se refere a decisão de investimento, os anos de crise apresentaram efeito significativo e negativo. Esse resultado sugere que em anos de crise as decisões de investimento na indústria brasileira são reduzidas.

23 NEUROCIÊNCIA E ANÁLISE SENSORIAL: IMPLICANDO À GASTRONOMIA JAPONESA

José Edson Lara, Gisele Cristina Nishiyama, Thalles Augusto Tissot-Lara, Luciano Zille Pereira

As Neurociências e a Análise Sensorial vem aumentando suas participações na literatura, como sujeitos e objetos de estudos científicos explicativos de comportamentos. Uma das múltiplas aplicações destes temas situa-se na análise de pessoas, tornando possível dirigir-lhes produtos e serviços consistentes. Neste contexto, este artigo avaliou, na perspectiva da análise sensorial, a percepção dos consumidores sobre especialidades da gastronomia em restaurantes japoneses. Realizou-se uma survey com 449 consumidores processando-se os dados por estatísticas multivariadas. Os resultados demonstraram que o modelo analítico (contemplando a nomenclatura dos cinco sentidos) foi adequado, e o construto de maior expressão foi o “paladar”, apresentando maior correlação com o “tato” (consistência/textura). A análise sensorial apontou a necessidade de cuidado quanto ao estímulo visual das especialidades. As Redes Neurais resultantes demonstraram a consistên-

cia do modelo aplicado. Ressalta-se a necessidade de se realizar experimentos mais completos, no campo das neurotecnologias, otimizando as possibilidades das Neurociências e da Análise Sensorial.

41 O CONSUMO DO MEDO EM DIFERENTES CONTEXTOS

Adryano Veras Araújo, Márcio de Oliveira Mota, Ana Augusta Ferreira de Freitas

Este estudo visa compreender as percepções dos consumidores quanto à intenção de consumir o medo em três diferentes contextos: Esportes radicais, Literatura de Horror e Cinematografia de Horror. De modo original, foram consideradas as motivações e barreiras subjacentes à intenção de consumo e, por isso, o presente estudo avança na compreensão do papel do medo, examinando como ele atua em diferentes contextos. Para análise, empregou-se uma abordagem qualitativa, por intermédio de entrevistas em profundidade e com o uso do método de Análise de Conteúdo, através do sistema de categorização a posteriori. Os resultados fornecem evidências que as circunstâncias que engajam indivíduos a experienciarem o medo são semelhantes entre os contextos, embora existam particularidades significativas. Como contribuição teórica, destaca-se a proposição de dois construtos e um modelo conceitual teórico que permite uma nova forma de postular o consumo do medo.

61 ECONOMIA COMPARTILHADA: LEALDADE DOS USUÁRIOS UBER NO BRASIL

Sérgio Henrique de Oliveira Lima, Inácio Ferreira Façanha Neto, Marina Freire de Paiva Ramos Souza, Áurio Lúcio Leocádio da Silva

O estudo investigou a influência da satisfação e da reputação organizacional sobre a lealdade no contexto da economia compartilhada, articulando estes elementos com a teoria do comportamento planejado (TPB). Um modelo teórico-empírico foi testado por meio de técnicas multivariadas a partir dos dados obtidos através de uma survey com 231 usuários do Uber. Os resultados mostraram que as influências da satisfação e da reputação sobre a intenção comportamental de lealdade ao Uber são significativas se mediadas pela atitude em relação à plataforma; o

controle comportamental percebido não é preditor da lealdade; e o efeito das normas subjetivas sobre a lealdade também ocorre somente quando mediado pela atitude.

77 EFICIÊNCIA DAS AGÊNCIAS BANCÁRIAS TRADICIONAIS SOB A ÓTICA DA ANÁLISE ENVOLTÓRIA DE DADOS

Marcos Paulo Albarello Friedrich, Cleonice Witt, Nelson Hein, Adriana Kroenke Hein

O mercado financeiro brasileiro tradicional, formado por agências bancárias espalhadas pelo país, vem tendo sua eficiência questionada frente ao avanço das fintechs que operam sem lojas físicas e com custo inferior. Diante disso, essa pesquisa tem por objetivo avaliar a eficiência de agências bancárias a partir da abordagem de rentabilidade. Para atendimento ao objetivo do estudo analisou-se uma rede de 56 agências bancárias, em 49 municípios. Os dados considerados foram: número de empregados e de clientes, despesas totais, PIB do município, número de agências concorrentes, margem de contribuição por produto, de tarifas e média por cliente, receita líquida. Utilizou-se o método da Análise Envoltória de Dados para avaliação da eficiência das agências com foco em produto e retornos variáveis (BCC-VRS output). Os resultados evidenciaram que 22 agências foram consideradas eficientes e 34 não eficientes, indicando menor nível de preparação para competir com os novos players do mercado. Por fim, identificou-se agências com eficiência inferior a 70% para análise pontual e desenvolvimento de estratégias para melhoria tendo como benchmark o melhor desempenho entre as agências avaliadas.

89 INTELIGÊNCIA CULTURAL: UMA ANÁLISE SOB A APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL

Narayana de Oliveira Vazatta, Dinorá Eliete Floriani, Rejane Roecker

O presente artigo tem como objetivo verificar a relação entre formação universitária e a percepção do desenvolvimento da inteligência cultural nos estudantes de graduação, com base na aprendizagem experiencial. Utilizando-se do método de pesquisa quantitativo de caráter exploratório, foram investigados os fatores internos e externos

que influenciam a inteligência cultural, bem como o fato da mudança da percepção de CQ (Cultural Quotient) dos acadêmicos estar positivamente associada ao período do curso. Este artigo contribui para a literatura de negócios internacionais por explorar as relações entre percepção de CQ e formação acadêmica, avançar na compreensão sobre como os indivíduos aprendem a se desenvolver como profissionais globais e discutir fatores internos e externos que influenciam o desenvolvimento de CQ que não estão incluídos nas pesquisas já realizadas.

109 PÁGINAS HEROICAS IMORTAIS: AS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS VERMELHAS DO CLUBE AZUL E BRANCO

Getúlio Alves de Souza Matos, Thiago de Sousa Barros

O futebol é uma paixão dos brasileiros e a continuidade dos clubes tem forte apelo social. Todavia, para garantir uma sobrevivência sustentável, há necessidade de sólida organização financeira e boas práticas de governança, o que aproxima o meio futebolístico à realidade corporativa. Mesmo com farta literatura neste sentido, muitos clubes não conseguem apresentar bons modelos de gestão e performance financeira, como o Cruzeiro Esporte Clube. Recentemente, a agremiação viveu escândalos administrativos, péssimo aproveitamento esportivo e severa crise financeira. Em face disso, este Estudo de Caso analisa, com base nas demonstrações financeiras do clube, a situação contábil, financeira e econômica desta entidade, e como seus indicadores de liquidez, rentabilidade, endividamento e atividade evoluíram entre 2011 e 2020. Adicionalmente, propõe-se uma estimativa de aproveitamento esportivo anual, correlacionada com os indicadores contábeis. Os resultados sinalizam que a condição financeira do Cruzeiro Esporte Clube oscila entre a iliquidez e a insolvência, havendo forte dependência de recursos externos para financiamento. A correlação estimada evidencia que o ativo intangível é assaz representativo para o sucesso esportivo. Ademais, a indisponibilidade financeira se manifesta negativamente na performance do time, que permaneceu na Segunda Divisão, impossibilitando incrementar receitas de curto prazo que poderiam reduzir o endividamento e a alavancagem.