

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XIV | N 2 | ABR/JUN | 2013

ISSN 1984-6983 (Revista online)



**UNIVERSIDADE
FUMEC**

DE MINAS GERAIS PARA O MUNDO

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA

FUMEC

Presidente:

Prof. Tiago Fantini Magalhães

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor:

Prof. Eduardo Martins de Lima

Vice-reitora:

Profa. Guadalupe Machado Dias

Pró-reitora de Ensino, Pesquisa e Extensão:

Profa. Astréia Soares Batista

Pró-reitor de Graduação:

Prof. Guilherme Moutinho Ribeiro

Pró-reitora de Planejamento e Administração:

Profa. Guadalupe Machado Dias

FACE – FUMEC

Diretor Geral:

Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino:

Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro:

Prof. Emiliano Vital de Souza

FICHA TÉCNICA

Revisão | Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira

Endereço para correspondência

FACE-FUMEC - R. Cobre, 200 | Cruzeiro | 30310-190

Belo Horizonte-MG

Site | www.fumec.br

Email | pretexto@fumec.br



REVISTA PRETEXTO

Editores: Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias – Editor-Chefe
Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

CONSELHO EDITORIAL

| | |
|-----------------------------|--|
| Alexandre Teixeira Dias | Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |
| Astor Eugênio Hexsel | Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil) |
| Cid Gonçalves Filho | Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |
| Cláudia Rosa Acevedo | Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (São Paulo, São Paulo, Brasil) |
| Daniel Jardim Pardini | Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |
| Edmilson Lima | Universidade Nove de Julho (São Paulo, São Paulo, Brasil) |
| Guilherme Cunha Malafaia | Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil) |
| Hilka Vier Machado | Universidade Estadual de Maringá (Maringá, Paraná, Brasil) |
| Jersone Tasso Moreira Silva | Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |
| Márcio Augusto Gonçalves | Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |
| Maria Aparecida Gouvea | Universidade de São Paulo (São Paulo, São Paulo, Brasil) |
| Nildes R. Pitombo Leite | Universidade Nove de Julho (São Paulo, São Paulo, Brasil) |
| Pelayo Munhoz Olea | Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil) |
| Ricardo Teixeira Veiga | Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |
| Simone Vasconcelos Galina | Universidade de São Paulo (Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil) |
| Suzana Braga Rodrigues | Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil) |

MISSÃO

A Revista Pretexto, publicada trimestralmente, é uma iniciativa da FACE-FUMEC com a finalidade de publicar e disseminar pesquisas empíricas e ensaios, já finalizados ou em fase de finalização, de modo a disseminar conhecimento. Também visa a criar um debate e a contribuir para a formação de gestores e para seu desenvolvimento.

PRETEXTO, v. XIV, n. 2, 2013 - _ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2013

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

1. Administração - Periódicos. 2. Informática - Periódicos. 3. Contabilidade - Periódicos. I Face-Fumec, ed.

EDITORIAL

Prezados leitores

No primeiro artigo desta edição, Paulo Hayashi Junior aborda, de forma criativa e interessante, conceitos e abordagens diversos e que trazem uma nova perspectiva acerca do tema da inovação, tais como as pinturas impressionistas, a questão de poder de Nietzsche e até mesmo o cachimbo do artista surrealista belga René Magritte. O ensaio procura contribuir com a inspiração para a inovação e também auxiliar na própria compreensão da inovação vista como processo e também do lado relacional da empresa.

Com o objetivo de contribuir para a compreensão do tema, os autores do segundo artigo investigam a dinâmica do Mercado de microseguros no Brasil, avaliando suas oportunidades e restrições. Os resultados apontaram que o processo operacional deve ser simples e rápido e que os produtos de microseguros devem se valer dos mesmos canais de distribuição utilizados por outras operações de microfinanças, otimizando custos e gerando eficiência.

As autoras do terceiro artigo realizaram a pesquisa com o objetivo de analisar a percepção de uma categoria relevante de clientes acerca das ações de responsabilidade social empreendidas por uma empresa do setor elétrico e como essa percepção parece influenciar nas decisões de compra desses clientes. Os resultados da pesquisa indicam que a capacidade técnica demonstrada pela fornecedora de energia elétrica aparece como o elemento mais relevante para justificar a decisão de compra dos clientes corporativos livres, pautada ainda pela lógica de redução de custos e pela busca de eficiências nas operações.

O quarto artigo tem por objetivo analisar a estrutura de mercado, conduta e desempenho dos terminais intermodais graneleiros localizados no corredor logístico Centro-Leste brasileiro, apoiando-se no paradigma Estrutura-Conduta-Desempenho. Os resultados apontam que a estrutura e conduta de mercado podem prejudicar o desempenho operacional dos terminais intermodais de transbordo de grãos do corredor Centro-Leste, desfavorecendo a competitividade da movimentação e exportação das commodities do país, somado as ineficiências estruturais logísticas existentes.

No quinto artigo, os autores apresentam um estudo sobre adoção e aceitação de produtos tecnológicos, por consumidores que decidem pelas características convergentes, nos diferentes equipamentos da atualidade à educação, baseado nos fatores utilitários e

hedônicos e sociais. Identifica-se as categorias de usuários para o produto analisado e suas motivações, descrevendo que fatores melhor estimulam e garantem a disseminação desta forma de mídia, para utilização na educação dado a aceitação da tecnologia por um grupo de usuários.

Os autores do sexto artigo, levando em conta o contexto mundial no ano de 2008, argumentam que os traços culturais de um país podem ter influência sobre a crise, pois podem estimulá-la, enfraquecê-la, ou atrasar a recuperação. Assim, algumas características culturais podem revelar-se contrárias ao paradigma econômico vigente, que no longo prazo tem um efeito negativo sobre a *performance* financeira do país. Mas num outro paradigma, as mesmas características podem incentivar o desenvolvimento econômico. O texto busca estimular o pensamento sobre a necessidade de ter uma perspectiva contextual, ou seja, uma visão que considere o alinhamento entre o arquétipo econômico dominante e os atributos culturais vigente numa nação.

Fechamos mais um número da Revista Pretexto e gostaríamos de agradecer a autores e avaliadores por sua colaboração para a continuidade das publicações e para a manutenção da qualidade dos trabalhos publicados. A diversidade de temas abordados nos artigos que compõem esse número traz mais riqueza ao seu conteúdo e reforça nossa expectativa de contribuir para a divulgação do conhecimento científico na área de Ciências Sociais Aplicadas.

Boa leitura e nosso muito obrigado.

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editores

SUMÁRIO

| | | |
|--|-----------|--|
| EDITORIAL | 3 | |
| ENSAIO: A INOVAÇÃO, A FIRMA, O MERCADO E A HORA DA VERDADE | 11 | Paulo Hayashi Junior |
| MICROINSURANCE – OPPORTUNITIES AND RESTRICTIONS IN AN EMERGING MARKET* | 20 | Lauro E. Gonzalez; Valentin E. M. Vidal; Tania P. Christopoulos |
| ESPELHO, ESPELHO MEU: O QUE FAÇO É IGUAL AO QUE VÊS QUE FAÇO? O IMPACTO DE AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA IMAGEM CORPORATIVA DE UMA EMPRESA DO SETOR ELÉTRICO | 40 | Janete Lara de Oliveira; Erika Rúbia Souza |
| MODELO ESTRUTURA-CONDUTA-DESEMPENHO EM TERMINAIS DO CORREDOR CENTRO-LESTE | 60 | Carlos Gracindo Pereira Landivar; Lechan Colares-Santos; Alexandre Borges Santos; Mayra Batista Bitencourt Fagundes; Renato Luiz Sproesser |
| COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO SETOR EDUCACIONAL: ADOÇÃO E ACEITAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS | 77 | Edgar José Pereira Dias; Emílio José Montero Arruda Filho |
| ARE LATIN CULTURES MORE PRONE TO CRISIS? THE EXAMPLE OF PORTUGAL 2011* | 96 | Jorge F. S. Gomes; Joaquim P. Coelho |

* Artigo publicado na língua inglesa.

INOVAÇÃO

ENSAIO: A INOVAÇÃO, A FIRMA, O MERCADO E A HORA DA VERDADE

Paulo Hayashi Jr

O presente ensaio pretende ser uma forma criativa de aproximar conceitos e abordagens que parecem ser distintos e sem ligação ao redor do tema da inovação, tais como as pinturas impressionistas, a questão de poder de Nietzsche e até mesmo o cachimbo do artista surrealista belga René Magritte. A inovação é algo desenvolvido pelas empresas modernas como uma espécie de novo 'mantra' empresarial e que, muitas vezes, é tratada de forma sistematizada com um foco em solucionar problemas ao invés de liberar o potencial criativo e criador do próprio homem. Deste modo, a inovação é um processo, uma estrada como é visto pela música referenciada no trabalho, que precisa de técnica e talento, liberdade e também inspiração. O ensaio procura contribuir com esta inspiração e também auxiliar na própria compreensão da inovação enquanto processo e também do lado relacional da empresa.

FINANÇAS

MICROINSURANCE – OPPORTUNITIES AND RESTRICTIONS IN AN EMERGING MARKET

Lauro E. Gonzalez; Valentin E. M. Vidal; Tania P. Christopoulos

Por ser um tema recente, ainda não há consenso sobre a definição de "microseguro" e a sua dinâmica de mercado. Com o objetivo de contribuir para a compreensão do tema, este estudo investiga a dinâmica do Mercado de microseguros no Brasil, avaliando suas oportunidades e restrições. Foi elaborado um estudo de caso, através de entrevistas com tomadores de decisão de um dos maiores bancos do País e do órgão regulador do mercado de seguros do Brasil. Os resultados apontaram que o processo operacional deve ser simples e rápido e que os produtos de microseguros devem se valer dos mesmos canais de distribuição utilizados por outras operações de microfinanças, otimizando custos e gerando eficiência. Para que isso seja possível, as regulações de seguros estão mudando, mas é necessária supervisão na sua aplicação.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

ESPELHO, ESPELHO MEU: O QUE FAÇO É IGUAL AO QUE VÊS QUE FAÇO? O IMPACTO DE AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA IMAGEM CORPORATIVA DE UMA EMPRESA DO SETOR ELÉTRICO

Janete Lara de Oliveira; Erika Rúbia Souza

O estudo da responsabilidade social constitui uma temática atual nos estudos organizacionais, cuja relevância vem crescendo em virtude da emergência das questões ligadas à sustentabilidade. Esta pesquisa foi realizada com o objetivo de analisar a percepção de uma categoria relevante de clientes acerca das ações de responsabilidade social empreendidas por uma empresa do setor elétrico (Cemig) e como essa percepção parece influenciar nas decisões de compra desses clientes. Os resultados da pesquisa indicam que a capacidade técnica demonstrada pela fornecedora de energia elétrica aparece como o elemento mais relevante para justificar a decisão de compra dos clientes corporativos livres, pautada ainda pela lógica de redução de custos e pela busca de eficiências nas operações.

ESTRATÉGIA

MODELO ESTRUTURA-CONDUTA-DESEMPENHO EM TERMINAIS DO CORREDOR CENTRO-LESTE

Carlos Gracindo Pereira Landivar; Lechan Colares-Santos; Alexandre Borges Santos; Mayra Batista Bitencourt Fagundes; Renato Luiz Sproesser

Este trabalho objetiva analisar a estrutura de mercado, conduta e desempenho dos terminais intermodais graneleiros localizados no corredor logístico Centro-Leste brasileiro, apoiando-se no paradigma Estrutura-Condução-Desempenho. Para tanto, fez-se um estudo de caráter qualitativo-quantitativo baseando-se em dados primários e secundários. Os resultados apontam que o setor é altamente concentrado, caracterizando uma estrutura oligopolista. Para conduta, evidenciou-se a adoção de práticas concorrenciais cooperativa, visando o equilíbrio do mercado; enquanto que média do desempenho operacional da indústria mostrou-se ineficiente. Conclui-se que a estrutura e conduta de mercado podem prejudicar o desempenho operacional dos terminais intermodais de transbordo de grãos do corredor Centro-Leste, desfavorecendo a competitividade da movimentação e exportação das commodities do país, somado as ineficiências estruturais logísticas existentes.

MARKETING

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO SETOR EDUCACIONAL: ADOÇÃO E ACEITAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS

Edgar José Pereira Dias; Emílio José Montero Arruda Filho

Este trabalho apresenta um estudo sobre adoção e aceitação de produtos tecnológicos, por consumidores que decidem pelas características convergentes, nos diferentes equipamentos da atualidade à educação, baseado nos fatores utilitários e hedônicos e sociais. O objetivo deste artigo é analisar o comportamento dos usuários do “Smart Board”, para fins didáticos pelos professores de escolas públicas na região Norte, dado a falta de motivação, pouca prática tecnológica e percepção da utilidade com o produto. Para o desenvolvimento da pesquisa, apresentou-se um estudo exploratório utilizando-se o método de análise netnográfica, tendo como fim análise do comportamento de usuários do dispositivo, através de suas discussões colocadas na web (blogs/fóruns), realizando análise de conteúdo de seus comentários. Com isto identifica-se as categorias de usuários para o produto e suas motivações, descrevendo que fatores melhor estimulam e garantem a disseminação desta forma de mídia, para utilização na educação dado a aceitação da tecnologia por um grupo de usuários.

CULTURA E ECONOMIA INTERNACIONAL

ARE LATIN CULTURES MORE PRONE TO CRISIS? THE EXAMPLE OF PORTUGAL 2011

Jorge F. S. Gomes; Joaquim P. Coelho

Em 2008 o mundo embarcou numa das suas crises econômicas e financeiras mais graves. A crise levou a que muitos países procurassem ajuda das instituições financeiras internacionais. Exemplos destes países incluem a Islândia, Irlanda, Grécia, Portugal, e Chipre. Em 2012, os problemas internos ameaçavam igualmente de bancarrota a Eslovénia, a Espanha e a Itália. Têm sido propostas várias explicações para a crise de 2008 e sua globalização, que variam desde os motivos políticos e econômicos, aos sociológicos. Neste trabalho argumentamos que os traços culturais de um país podem ter influência sobre a crise, pois podem estimulá-la, enfraquecê-la, ou atrasar a recuperação. Assim, algumas características culturais podem revelar-se contrárias ao paradigma econômico vigente, que a prazo tem um efeito negativo sobre a *performance* financeira do país. Mas num outro paradigma, as mesmas características podem incentivar o desenvolvimento econômico. O texto busca estimular o pensamento sobre a necessidade de ter uma perspectiva contextual, ou seja, uma visão que considere o alinhamento entre o arquétipo econômico dominante e os atributos culturais vigente numa nação.

EDITORIAL

Dear readers

The author of the first paper of this edition, Paulo Hayashi, Jr, approaches the theme of innovation by means of a creative way in order to approximate different concepts and approaches such as the Impressionist paintings, Nietzsche's power concept and even the pipe of Belgian surrealist artist René Magritte around the innovation theme. The essay brings inspiration and tries to enhance the comprehension of innovation as a process and the importance of relational side of enterprise.

In order to shed some lights on the theme, the second study investigates the dynamics of microinsurance market in Brazil, evaluating its opportunities and restrictions. The study finds that the operational processes should be simpler and quicker, and that microinsurance products should use the same distribution channel used by other microfinance operations, optimizing costs and efficiency.

The social responsibility, central theme of the third paper, constitutes a very current theme in organizational studies, and its relevance has grown as a result of the emerging of questions related to sustainability. The research was conducted with the objective of analyzing the perception of a relevant category of clients regarding the actions of social responsibility done by a company in the electrical sector (CEMIG) and how this perception seems to influence in the purchasing decisions made by these clients. The research results indicate that the technical capacity demonstrated by the provider of electrical energy is the most relevant element justifying the purchase decision by free corporate clients, also relating to the logic of cost reduction and the search for efficiency on the operations.

This fourth paper aims to analyze the market structure, conduct and performance of intermodal terminals of grains located in the Brazilian Center-Eastern logistics corridor, based on the paradigm Structure-Conduct-Performance. Hence, it was made a qualitative-quantitative study based on primary and secondary data. The results point out to a sector highly concentrated, characterizing an oligopolistic structure. To the conduct, it was evidenced the adoption of cooperative competitive practices, targeting the market equilibrium; while the operational performance overall showed inefficient. It is concluded that the structure and conduct of market

might prejudice the operational performance of the intermodal terminals of transshipment of grains in the Center-Eastern corridor, disadvantaging the competitiveness of handling and exportation of the national commodities, added to the other existing structural logistical inefficiencies.

The next paper presents a study on acceptance and adoption of technology products for consumers who decide the characteristics converging, the different equipment of modern education, based on factors hedonic and utilitarian and social. For the development of the research, an exploratory study was conducted using the analysis method netnographic, with the analysis of the behavior of end users of the device, through their discussions placed on the web (blogs / forums), performing content analysis his comments. With that identifies the categories of users for the product and their motivations, describing factors that stimulate and ensure better dissemination of this form of media for use in education since the acceptance of the technology by a group of users.

The authors of the sixtieth paper argue that particular cultural features influence a country's crisis, either by fueling it, weakening it, or delaying the recovery. Some cultural traits may be contrary to the current prevalent economic paradigm, which in the long-run have a negative effect on a nation's economic performance. But if the dominant conditions are distinct, then the very same cultural attributes may be extremely important to boost economic growth. Our contention is rooted on a contextual perspective, i.e. on the need to think about the alignment between dominant economic archetypes and national cultural attributes.

We would like to acknowledge the work of authors and referees that collaborate to the publication of this issue and to the maintenance of the papers' quality. The diversity of themes approached by the authors brings high quality to the Journal's content and reinforces our expectation in disseminating scientific knowledge in the Social Sciences area.

Have a nice lecture and our thanks.

Alexandre Teixeira Dias, PhD
Cid Gonçalves Filho, PhD
Editors

CONTENTS

| | | |
|--|-----------|--|
| EDITORIAL | 3 | |
| ESSAY: INNOVATION, FIRM, THE MARKET AND THE MOMENT OF TRUTH | 11 | Paulo Hayashi Junior |
| MICROINSURANCE – OPPORTUNITIES AND RESTRICTIONS IN AN EMERGING MARKET | 20 | Lauro E. Gonzalez; Valentin E. M. Vidal; Tania P. Christopoulos |
| MIRROR MIRROR ON THE WALL: IS WHAT I DO THE SAME THING PEOPLE PERCEIVE ME AS DOING? THE IMPACT OF SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIONS IN THE CORPORATE IMAGE OF A COMPANY IN THE ELECTRICAL SECTOR | 40 | Janete Lara de Oliveira; Erika Rúbia Souza |
| STRUCTURE-CONDUCT-PERFORMANCE MODEL IN TERMINALS FROM CENTER-EASTERN CORRIDOR | 60 | Carlos Gracindo Pereira Landivar; Lechan Colares-Santos; Alexandre Borges Santos; Mayra Batista Bitencourt Fagundes; Renato Luiz Sproesser |
| NEW TECHNOLOGY ADOPTION AND ACCEPTANCE: CONSUMER BEHAVIOR IN THE EDUCATIONAL SECTOR | 77 | Edgar José Pereira Dias; Emílio José Montero Arruda Filho |
| ARE LATIN CULTURES MORE PRONE TO CRISIS? THE EXAMPLE OF PORTUGAL 2011 | 96 | Jorge F. S. Gomes; Joaquim P. Coelho |

INNOVATION

ESSAY: INNOVATION, FIRM, THE MARKET AND THE MOMENT OF TRUTH

Paulo Hayashi Jr

This essay tries to be a creative way to approximate different concepts and approaches such as the Impressionist paintings, Nietzsche's power concept and even the pipe of Belgian surrealist artist René Magritte around the innovation theme. Innovation is the new 'mantra' of modern organizations and many times it is treated with focus in problem solving instead of freeing the creative potential of human beings. Thus, the innovation is a process, or like a road that argues for techniques and talents, freedom and also inspiration. The essay brings this inspiration and it tries to enhance the comprehension of innovation as a process and the importance of relational side of enterprise.

SOCIAL RESPONSIBILITY

MIRROR MIRROR ON THE WALL: IS WHAT I DO THE SAME THING PEOPLE PERCEIVE ME AS DOING? THE IMPACT OF SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIONS IN THE CORPORATE IMAGE OF A COMPANY IN THE ELECTRICAL SECTOR

Janete Lara de Oliveira; Erika Rúbia Souza

The social responsibility study constitutes a very current theme in organizational studies, and its relevance has grown as a result of the emerging of questions related to sustainability. This research was conducted with the objective of analyzing the perception of a relevant category of clients regarding the actions of social responsibility done by a company in the electrical sector (CEMIG) and how this perception seems to influence in the purchasing decisions made by these clients. The research results indicate that the technical capacity demonstrated by the provider of electrical energy is the most relevant element justifying the purchase decision by free corporate clients, also relating to the logic of cost reduction and the search for efficiency on the operations.

FINANCE

MICROINSURANCE – OPPORTUNITIES AND RESTRICTIONS IN AN EMERGING MARKET

Lauro E. Gonzalez; Valentin E. M. Vidal; Tania P. Christopoulos

As a recent theme there is not a consensus about microinsurance definition and its market dynamics. In order to shed some lights on the theme, this study investigates the dynamics of microinsurance market in Brazil, evaluating its opportunities and restrictions. For this purpose, a qualitative case study was made by interviewing decision makers from one of the biggest banks in the country and from the Brazilian insurance regulatory organism. The study finds that the operational processes should be simpler and quicker, and that microinsurance products should use the same distribution channel used by other microfinance operations, optimizing costs and efficiency. For that, the insurance regulation is changing, but it is necessary supervision on its application.

STRATEGY

STRUCTURE-CONDUCT-PERFORMANCE MODEL IN TERMINALS FROM CENTER-EASTERN CORRIDOR

Carlos Gracindo Pereira Landivar; Lechan Colares-Santos; Alexandre Borges Santos; Mayra Batista Bitencourt Fagundes; Renato Luiz Spreoesser

This paper aims to analyze the market structure, conduct and performance of intermodal terminals of grains located in the Brazilian Center-Eastern logistics corridor, based on the paradigm Structure-Conduct-Performance. Hence, it was made a qualitative-quantitative study based on primary and secondary data. The results point out to a sector highly concentrated, characterizing an oligopolistic structure. To the conduct, it was evidenced the adoption of cooperative competitive practices, targeting the market equilibrium; while the operational performance overall showed inefficient. It is concluded that the structure and conduct of market might prejudice the operational performance of the intermodal terminals of transshipment of grains in the Center-Eastern corridor, disadvantaging the competitiveness of handling and exportation of the national commodities, added to the other existing structural logistical inefficiencies.

MARKETING

NEW TECHNOLOGY ADOPTION AND ACCEPTANCE: CONSUMER BEHAVIOR IN THE EDUCATIONAL SECTOR

Edgar José Pereira Dias; Emílio José Montero Arruda Filho

This paper presents a study on acceptance and adoption of technology products for consumers who decide the characteristics converging, the different equipment of modern education, based on factors hedonic and utilitarian / social. The objective of this paper is to analyze the behavior of users of "Smart Board" for teaching purposes by public school teachers in the North, given the lack of motivation, poor technological practice and perception of usefulness with the product. For the development of the research, an exploratory study was conducted using the analysis method netnographic, with the analysis of the behavior of end users of the device, through their discussions placed on the web (blogs / forums), performing content analysis his comments. With that identifies the categories of users for the product and their motivations, describing factors that stimulate and ensure better dissemination of this form of media for use in education since the acceptance of the technology by a group of users.

CULTURE AND INTERNATIONAL ECONOMY

ARE LATIN CULTURES MORE PRONE TO CRISIS? THE EXAMPLE OF PORTUGAL 2011

Jorge F. S. Gomes; Joaquim P. Coelho

In 2008 the world entered one of its largest economic and financial crisis, which has not yet ended. The crisis led several countries to call for help from global financial institutions. Examples of such countries include Iceland, Ireland, Greece, Portugal, and Cyprus. In 2012, Slovenia, Spain, and Italy have also been under tremendous pressure to face their fast-growing internal problems. Explanations for the 2008 crisis and its globalization have been several, from the political to the economical and to the sociological. In this paper we argue that particular cultural features influence a country's crisis, either by fueling it, weakening it, or delaying the recovery. Some cultural traits may be contrary to the current prevalent economic paradigm, which in the long-run have a negative effect on a nation's economic performance. But if the dominant conditions are distinct, then the very same cultural attributes may be extremely important to boost economic growth. Our contention is rooted on a contextual perspective, i.e. on the need to think about the alignment between dominant economic archetypes and national cultural attributes.