

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. 13 • n. 2 • p. 1-140 • Abr./jun. 2014

FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC

Presidente: Prof. Tiago Fantini Magalhães

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor: Prof. Doutor Eduardo Martins de Lima
Vice-reitora: Profa. Guadalupe Machado Dias
Pró-reitor de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão: Prof. Cid Gonçalves Filho
Pró-reitor de Graduação: Profa. Maria Sílvia Santos Fiuza
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

EDITOR

Henrique Cordeiro Martins, Universidade FUMEC – Editor Geral
Cid Gonçalves Filho, Universidade FUMEC
Luiz Claudio Vieira de Oliveira, 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

Jessica Ferreira Rocha
E-mail: jessica@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
Mauro Calixta Tavares, Mestrado/FCHPL
Antônio Artur de Souza, CEPEAD/UFMG
Eduardo André Teixeira Ayrosa, EBAP/FGV/RJ
Sérgio Carvalho Benício de Melo, PPGA/UFPE
Sergio Henrique A. C. Forte, UNIFOR - CE
Rodrigo Bandeira de Melo, Univale/SC
Jorge Ferreira da Silva, IAG/PUC-RJ
Sérgio Bulgacov, CEPPAD/UFPR

CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Thomas Brashear, UMASS
Luc Quoniam, Université du Sud Toulon-Var
David Bruce, Institute of International Business
Jürgen Müller, Berlin School of Economics
César Archuby, Universidad de La Plata
Armando Malheiro, Universidade do Porto
Gustavo Guzman, Griffith University
Suzana Braga Rodrigues, Erasmus University Rotterdam

CONSULTORES EXTERNOS

Sylvana Maria Brandao, UFPE
Tereza Souza, Universidade Potiguar

Milena Rodrigues, Toledo Araçatuba
Rolf Hermann Erdmann, Universidade Federal de Santa Catarina
Carlos Alberto Costa, Universidade de Caxias do Sul
Ralph Santos Silva, UNIP
Maria Emilia Camargo, Universidade de Caxias do Sul
Luiz Alberto Nascimento Campos Filho, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil
Camila Juvencio Dias, UniToledo - Araçatuba-SP
Mauro Neves Garcia, Universidade Municipal de SCS
Antonio Carlos Giuliani, Universidade Metodista de Piracicaba
Heloisa Guimarães Peixoto Nogueira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
André Gustavo Carvalho Machado, Universidade Federal da Paraíba
Denise Del Prá Netto Machado, Universidade Regional de Blumenau
Maria Augusta Soares Machado, IBMEC-RJ, Brasil
Frederico Poley Marins Ferreira, Fundação João Pinheiro
Arsênio Firmino Novaes Netto, Universidade Metodista de Piracicaba
Pelayo Munhoz Olea, Universidade de Caxias do Sul
José Arimatés Oliveira, UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Mauro Sudano Ribeiro, Faculdades Pedro Leopoldo
Sandra Maria Santos, Universidade Federal do Ceará
Valeria Rueda Elias Spers, Universidade Metodista de Piracicaba
Priscilla Ferreira da Fonseca, Newton Paiva
Eduardo Damião da Silva, PUCPR
Roberto Marcos da Silva Montezano, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil

FACES. Revista de Administração - v. 13, n. 2, 2014
Belo Horizonte / MG: FUMEC.

Trimestral

ISSN 1984-6975

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:

CAPIES - 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

Revisor: Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Projeto gráfico e editoração: Alexandre - alex@artediagramacao.com.br

Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG
www.fumec.br/publicacoes/revistas - faces@fumec.br

INTRODUÇÃO

A Revista FACES é uma publicação da Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte, da Fundação Mineira de Educação e Cultura que, com mais de 45 anos de existência, consolida-se como uma instituição de ensino, atingindo sua maturidade e o reconhecimento de seu trabalho. Com um quadro docente de alto nível, a Universidade FUMEC dedica-se a atividades de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão. Hoje, são cerca de 15 mil alunos e 500 professores.

A instituição, sem fins lucrativos, foi fundada por um grupo de professores que buscavam criar novas alternativas de formação acadêmica; é dotada de completa infraestrutura: salas amplas, espaços multimeios, apoio de informática, laboratórios nas diversas áreas, auditórios, anfiteatro, ginásio poliesportivo e três bibliotecas com acervo de mais de 90 mil volumes.

MISSÃO DA UNIVERSIDADE FUMEC

Formar cidadãos portadores de valores de responsabilidade social, justiça e ética, nas diferentes áreas do conhecimento, aptos a serem inseridos nos diversos setores profissionais, capazes de contribuir para a transformação da sociedade, de modo a torná-la verdadeiramente democrática.

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:
Remuneração dos executivos versus desempenho das empresas

Ilse Maria Beuren, Marcia Zanievicz da Silva, Sady Mazzioni.

Anomalias e retorno acionário: evidências empíricas do mercado brasileiro

Márcio André Veras Machado, Otavio Ribeiro De Medeiros.

Gestão do conhecimento em ambientes de teletrabalho

Marcos Antônio Gaspar, Silvio Aparecido dos Santos, Denis Donaire, Marcio Shoiti Kuniyoshi, Leandro Campi Prearo.

Are Men More Rational than Women when Purchasing Cars? A Cross-cultural Comparison

Breno Giovanni Adaid Castro

Gestão da informação no Sistema Único de Saúde

Fabricio Quadros Borges

Comportamento utilitário/hedônico do consumidor tecnológico: e-commerce como am-

biente da escolha

Agenilson Jonatan Corrêa dos Santos, Emilio Jose Montero Arruda Filho

Efeito governo e certificação na indústria brasileira de software

Márcia Ramos May, Gustavo Abib, Pedro José Steiner Neto, José Eduardo Pécora Junior, Sergio Bulgacov.

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

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:

Executive's Compensation versus Performance Companies

Ilse Maria Beuren, Marcia Zanievicz da Silva, Sady Mazzioni.

Anomalies and Ownership Return: empirical evidence of the Brazilian Market

Márcio André Veras Machado, Otavio Ribeiro De Medeiros.

Knowledge Management in Telework Environments

Marcos Antônio Gaspar, Silvio Aparecido dos Santos, Denis Donaire, Marcio Shoiti Kuniyoshi, Leandro Campi Prearo.

Are Men More Rational than Women when Purchasing Cars? A Cross-cultural Comparison
Breno Giovanni Adaid Castro

Information Management in National Health System

Fabricio Quadros Borges

Utility/Hedonic Behavior of Consumer Technology: E-Commerce environment as of Choice

Agenilson Jonatan Corrêa dos Santos, Emilio

Jose Montero Arruda Filho

Government Effect and Certification in Brazilian Software Industry

Márcia Ramos May, Gustavo Abib, Pedro José Steiner Neto, José Eduardo Pécora Junior, Sergio Bulgacov.

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Editors Revista de Administração FACES
Journal - Universidade FUMEC

RECURSOS HUMANOS

08 REMUNERAÇÃO DOS EXECUTIVOS VERSUS DESEMPENHO DAS EMPRESAS. Ilse Maria Beuren, Marcia Zaniewicz da Silva, Sady Mazzioni

Esta pesquisa objetiva analisar se a remuneração dos executivos está correlacionada com o tamanho e o desempenho das empresas brasileiras de capital aberto. A pesquisa, descritiva e de natureza quantitativa, compõe-se de uma amostra de 219 empresas brasileiras de capital aberto, com dados do período de 2009 a 2011, perfazendo um total de 657 observações. Os dados sobre a remuneração foram coletados nos Relatórios de Referência, de divulgação obrigatória a partir da Instrução CVM nº 480/09. Os resultados mostram que a remuneração dos executivos é negativa, significativamente correlacionada com o tamanho da empresa e, positivamente, com os indicadores de mercado. Contrariando as expectativas, os testes estatísticos aplicados não evidenciaram correlação entre a remuneração dos executivos e os indicadores de desempenho financeiro. Conclui-se que há relação negativa entre o tamanho da empresa e a remuneração dos executivos e que a remuneração dos executivos está associada apenas ao desempenho de mercado das empresas.

FINANÇAS

26 ANOMALIAS E RETORNO ACIONÁRIO: EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS DO MERCADO BRASILEIRO. Márcio André Veras Machado, Otavio Ribeiro de Medeiros

Este artigo teve por objetivo analisar se anomalias de valor, associadas a padrões comumente documentados no comportamento dos preços das ações, existem no mercado acionário brasileiro. Especificamente, este trabalho examina os retornos anormais produzidos por estratégias baseadas nos efeitos tamanho da empresa, book-to-market (B/M), estratégia momento, lucro/preço, fluxo de caixa/preço, liquidez e alavancagem, denominadas de anomalias de valor. Além de analisar tais anomalias, este artigo avalia a capacidade do CAPM e do modelo de três fatores de Fama e French (1993) em explicá-las. Para isso, em junho de cada ano, iniciando em 1995 e terminando em 2008, todas as ações foram ordenadas de forma decrescente e divididas em cinco carteiras, conforme

a variável de interesse. Os resultados apresentados indicam evidências da existência do efeito liquidez, momento e índice BM. Porém, nesse caso, contrário ao previsto na teoria. Por outro lado, não há evidências de que suportem a existência dos efeitos lucro/preço, fluxo de caixa/preço, tamanho e alavancagem.

GESTÃO DA INFORMAÇÃO

47 GESTÃO DO CONHECIMENTO EM AMBIENTES DE TELETRABALHO. Marcos Antonio Gaspar, Silvio Aparecido dos Santos, Denis Donaire, Marcio Shoiti Kuniyoshi, Leandro Campi Prearo

O presente estudo buscou verificar se há diferenças significativas na utilização de práticas e ferramentas voltadas à gestão do conhecimento, na opinião de trabalhadores presenciais e de teletrabalhadores. Para tanto, este estudo descritivo-quantitativo aplicou um questionário a 319 colaboradores, sendo 180 trabalhadores presenciais e 139 teletrabalhadores, todos atuantes em quinze empresas de porte médio ou grande da indústria de software no Brasil. Os resultados encontrados indicam que os teletrabalhadores pesquisados atestaram maior utilização de práticas e de ferramentas voltadas à gestão do conhecimento em suas rotinas de trabalho, em comparação aos trabalhadores presenciais analisados na pesquisa.

MERCADOLOGIA

67 HOMENS SÃO MAIS RACIONAIS DO QUE AS MULHERES QUANDO COMPRAM CARROS? UMA COMPARAÇÃO CROSS-CULTURAL. Breno Giovanni Adaid Castro

O objetivo do presente estudo foi identificar o tipo de julgamento utilizado no Brasil e nos Estados Unidos da América com relação à compra de automóvel e a relação desse tipo de julgamento com os valores humanos dos respondentes. Na pesquisa, 542 brasileiros e 449 estadunidenses responderam à escala de valores LOV (KAHLE; KENNEDY, 1988) e à escala de Significado e Julgamento (ALLEN, 2000). Os tipos de julgamento no Brasil e Estados Unidos foram comparados através de testes-t. A influência dos fatores demográficos foi verificada através do uso de MANCOVA e a capacidade dos valores humanos em prever o tipo de julgamento

mais utilizado na compra de automóvel foi calculada através de regressões stepwise. Os resultados sugerem que o julgamento na compra de automóveis, no Brasil, é predominantemente afetivo, enquanto nos Estados Unidos é predominantemente passo-a-passo. Em ambos os países, as mulheres possuíram um escore significativamente superior para julgamento passo-a-passo na compra de automóveis. Os valores pessoais de “excitação” e “ser bem respeitado” se relacionaram com o julgamento afetivo em ambos países, enquanto “realização pessoal” apresentou relação com julgamento passo-a-passo em ambos os países.

GESTÃO DA INFORMAÇÃO

83 GESTÃO DA INFORMAÇÃO NO SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE. Fabricio Quadros Borges

A gestão de informação constitui-se como uma das áreas menos desenvolvidas no gerenciamento do trabalho no Sistema Único de Saúde. Esta limitação prejudica amplamente os processos de planejamento e ação na disponibilização pública de serviços públicos médicos e hospitalares no Brasil. Esta investigação tem como objetivo analisar de que maneira a gestão de informação pode ser desenvolvida no gerenciamento do trabalho no SUS, de maneira a contribuir mais decisivamente para o processo decisório. A metodologia baseou-se em um levantamento bibliográfico sobre a gestão de informação na organização e alocação temática dos pontos críticos do gerenciamento do trabalho no SUS e na esquematização estratégica de ações promotoras do desenvolvimento da gestão de informação. O estudo concluiu que o desenvolvimento da gestão de informação na gestão de trabalho no SUS poderá ser viabilizado a partir da criação de um sistema de controle de informações, da sistematização da comunicação, de uma maior autonomia baseada na informação e a partir do aperfeiçoamento de sua visão sistêmica.

MERCADOLOGIA

99 COMPORTAMENTO UTILITÁRIO/HEDÔNICO DO CONSUMIDOR TECNOLÓGICO: E-COMMERCE COMO AMBIENTE DA ESCOLHA. Agenilson Jonatan Corrêa dos Santos, Emílio Jose Montero Arruda Filho

Este estudo tem como objetivo realizar uma análise sobre a preferência dos consumidores via internet, focando em produtos tecnológicos integrados de acordo com características utilitárias e hedônicas/sociais no uso da ferramenta e-commerce. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa por meio da criação de cenários em uma matriz 2x2 (marca alta/baixa x preferência hedonista/utilitarista), tendo, portanto, quatro questionários, com diferentes cenários e as mesmas indagações, em que cada respondente teria acesso a apenas um questionário. O objeto de estudo para análise foi o dispositivo de leitura digital conhecido com e-reader, o qual integra diversos serviços e dispositivos em sua estrutura convergente. Os resultados apontam que a intenção de compra de um produto tecnológico via e-commerce aumenta quando crescem as integrações hedônicas e utilitárias desses dispositivos e a marca possui alta reputação. Este estudo fornece suporte empírico para decisões de gestores e pesquisadores no que tange à natureza de integração de produtos tecnológicos.

GESTÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA

122 EFEITO GOVERNO E CERTIFICAÇÃO NA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE SOFTWARE. Márcia Ramos May, Gustavo Abib, Pedro José Steiner Neto, José Eduardo Pécora Junior, Sergio Bulgacov

Este trabalho analisa o papel do Estado brasileiro como agente influenciador das estratégias de qualidade das empresas produtoras de software no Brasil. A partir dos dados coletados entre os anos de 1995-2009, conduziu-se um estudo longitudinal, quantitativo e descritivo. Foram estudadas 2.229 empresas de software. Sob a perspectiva dos fundamentos da Teoria da Agência e da Teoria dos Custos de Transação, observa-se a conscientização da necessidade de certificação no cenário internacional. A mudança significativa no perfil das empresas pôde ser observada pela adoção de modelos de certificação para o setor, em especial o MPS. BR, especificamente desenvolvidos por agências governamentais, em parceria com universidades e entidades privadas. A capacitação tecnológica das empresas foi obtida por meio de subsídios e apoio governamental, como incentivo à busca da competitividade nacional e internacional.