**Vol.17 Nº 4 – outubro/dezembro 2018.**

**Editorial**

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:

**Transferência de Conhecimento Tecnológico: análise dos fatores indutores e restritivos à aquisição de conhecimento em dois hospitais do norte de Angola**

José Márcio de Castro, Manuel Adelino Nascimento, Rodrigo Baroni Carvalho

**Ecossistemas do “trio de ferro” Paulista segundo seus Torcedores**

Edson Coutinho da Silva, Alexandre Luzzi Las Casas

**A Influência da Estratégia de Patrocínio no Desempenho**

Jessica Nunes de Alcântara, Sabrina Soares da Silva, Francisval de Melo Carvalho

**A Produção em Internacionalização do Ensino Superior: uma análise a partir da base da Web Of Science**

Fernando Gazzoni, Flavia Luciane Scherer, Natália Pavanelo Pivetta, Maíra Nunes Piveta, Andréa Bach Rizzatti

**A Reputação do Gestor Influencia o Desempenho Empresarial?**

Ana Jeniffer Rebouças Maia, Francisca Everlene Nogueira Pessoa, Emanoel Mamede Sousa da Silva, Márcia Martins Mendes De Luca, Alessandra Carvalho de Vasconcelos.

**Mapa ou Território? A experiência de Consultores na Identificação de Rotinas Organizacionais**

Erick Cardoso da Silva Figueira, Sandra Regina da Rocha-Pinto

**Governança no Setor Público: um estudo na Administração Direta Estadual**

Cícero Rodrigues Barbosa, Fernando De Abreu Faria

Boa leitura,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Jefferson Lopes La Falce

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editores da Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

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:

**Technological Knowledge Transfer: analysis of the inductive and restricting factors of knowledge acquisition in two hospitals in the North of Angola**

José Márcio de Castro, Manuel Adelino Nascimento, Rodrigo Baroni Carvalho

**Ecosystems of Sports Clubs from São Paulo according to Fans**

Edson Coutinho da Silva, Alexandre Luzzi Las Casas

**The Influence of Strategy of Sponsorship on Performance**

Jessica Nunes de Alcântara, Sabrina Soares da Silva, Francisval de Melo Carvalho

**The Production in Internationalization of Higher Education: an analysis from the Basis Of Web Of Science**

Fernando Gazzoni, Flavia Luciane Scherer, Natália Pavanelo Pivetta, Maíra Nunes Piveta, Andréa Bach Rizzatti

**Does CEO Reputation Influence Corporate Performance?**

Ana Jeniffer Rebouças Maia, Francisca Everlene Nogueira Pessoa, Emanoel Mamede Sousa da Silva, Márcia Martins Mendes De Luca, Alessandra Carvalho de Vasconcelos.

**Map or Territory? The Experience of Consultants in the Identification of Organizational Routines**

Erick Cardoso da Silva Figueira, Sandra Regina da Rocha-Pinto

**Governance in the Public Sector: a study in Direct State Administration**

Cícero Rodrigues Barbosa, Fernando De Abreu Faria

Good read,

Prof. Dr. Henrique Cordeiro Martins

Prof. Dr. Jefferson Lopes La Falce

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editors Revista de Administração FACES Journal - Universidade FUMEC

**ARTIGO 5376**

**TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO TECNOLÓGICO: análise dos fatores indutores e restritivos à aquisição de conhecimento em dois hospitais do Norte de Angola**

O artigo se propõe a investigar a dinâmica da transferência de conhecimento entre fornecedores de equipamentos médico-hospitalares para os hospitais. Partindo-se de uma perspectiva teórica sobre a transferência de conhecimento, discutiram-se os diversos fatores que podem induzir ou dificultar tal processo. A pesquisa de natureza qualitativa abrangeu dois estudos de casos de hospitais de referência da região Norte de Angola, que possuem equipamentos tecnológicos adquiridos de fornecedores estrangeiros. Os resultados apontam que os fatores como qualidade do relacionamento entre fonte e receptora e proximidade cultural exercem influência importante na transferência de conhecimento entre as empresas fornecedoras e os hospitais. A capacidade para transferir o conhecimento e a motivação da fonte, a capacidade absortiva e motivação da receptora emergem também como fatores relevantes para a transferência de conhecimento.

**Palavras-chave:** Transferência de Conhecimento. Capacidade Absortiva. Gestão do Conhecimento.

**TECHNOLOGICAL KNOWLEDGE TRANSFER: analysis of the inductive and restricting factors of knowledge acquisition in two hospitals in the North of Angola**

The research objective is to investigate the knowledge transfer dynamics from equipment suppliers to hospitals. From a theoretical perspective of knowledge transfer, the inductive and restricting factors of this process were discussed. The qualitative research comprised two case studies of reference hospitals in the north of Angola that have acquired technological equipment from foreign suppliers. The results have shown that factors such as relationship quality and cultural proximity between the knowledge source and the receiver played an important role on knowledge transfer from suppliers to hospitals. The transferring ability and the source motivation and also the absorptive capacity and receiver motivation have relevant influence on knowledge transfer.

**Keywords:** Knowledge transfer. Absorptive capacity. Knowledge management.

Área: Gestão da Informação

Submissão: 10/08/2017

Aprovação: 20/01/2018

José Márcio de Castro – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Manuel Adelino Nascimento - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Rodrigo Baroni Carvalho – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

**ARTIGO 5856**

**ECOSSISTEMAS DO “TRIO DE FERRO” PAULISTA SEGUNDO SEUS TORCEDORES**

**Resumo:** Ecossistema esportivo é uma premissa para a elaboração de planos de marketing esportivo. Assim, este artigo visa compreender e analisar o ecossistema esportivo de Corinthians, Palmeiras e São Paulo, segundo os seus torcedores e, também, averiguar as similaridades e diferenças entre eles. Este estudo exploratório, coletou um instrumento em 704 torcedores em 9 partidas entre fevereiro e março de 2017. Análise paramétrica (ANOVA) e Post-hoc Schefee foram usados para produzir os resultados. Três hipóteses foram propostas, contudo, somente uma foi alcançada integralmente. Os resultados mostraram que o Corinthians tem um ecossistema diferente de Palmeiras e São Paulo; Palmeiras e São Paulo têm muitas semelhanças em diversos tópicos de seus ecossistemas e, ainda, estes 2 clubes são os mais bem administrados, segundo os torcedores. Quanto aos componentes mais críticos do ecossistema esportivo, administração de clube, estádio, parcerias & patrocínios e mídias, foram os mais destacados pelos seus torcedores.

**Palavras-chave:** Ecossistema esportivo, marketing esportivo, torcedor-cliente, clube de futebol.

**ECOSYSTEMS OF SPORTS CLUBS FROM SÃO PAULO ACCORDING TO FANS**

**Abstract:** Sports ecosystem is an assumption for designing sports marketing plans. Then, the article aims to understand and analyse the sports ecosystem of Corinthians, Palmeiras and São Paulo, according to their supporters, also, observing the similarities and difference among them. By and large, 704 questionnaires were administered in this exploratory study. The data collection was administered in nine matches between February and March 2017. The analysis procedure used da parametric analysis (ANOVA) and Post-hoc Schefee for describing the results. Three hypotheses were described but only one it was achieved entirely. Results depicted that Corinthians is different than Palmeiras and São Paulo; and Palmeiras and São Paulo have similarities related to plenty subjects, e.g. club administration. Concerning the sports ecosystem, the most essential pointed out by supporters were club administration, sporting venue, partnerships & sponsorships and media.

**Keywords:** Sports ecosystem, sports marketing, fan-consumer, football (or soccer) club.

Área: Mercadologia

Submissão: 17/01/2018

Aprovação: 20/05/2018

Edson Coutinho da Silva - Centro Universitário da FEI

Alexandre Luzzi Las Casas - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

**ARTIGO 5874**

**A influencia da estratégia de Patrocínio no desempenho**

**RESUMO**

Neste trabalho verificou a influência da estratégia de patrocínio às indústrias esportiva e criativa sobre o desempenho das empresas brasileiras de capital aberto no período de 2007 a 2013. A amostra foi constituída de 31 empresas que tem suas ações negociadas na BM&Fbovespa e que possuem balanços sociais Ibase. A natureza do estudo é quantitativa e os dados foram coletados por meio do banco de dados Economática®, balanços sociais Ibase, relatórios administrativos, relatórios sociais e de sustentabilidade publicados anualmente pelas empresas estudadas. A técnica estatística utilizada para atender o objetivo proposto foi a regressão múltipla. Como resultado, percebeu que o patrocínio ao esporte, bem como o patrocínio à cultura, tem relação positiva com o desempenho econômico das empresas. Os resultados deste trabalho são relevantes, pois mostram a importância econômica para as empresas que adotam patrocínios as indústrias esportiva e criativa como estratégia.

**Palavras-Chave:** Estratégia de patrocínio, Desempenho, Indústria Criativa, Indústria Esportiva.

**the influence of strategy of sponsorship on performance**

**ABSTRACT**

This study verified the influence of the sport and creative industries sponsorship strategy on the performance of Brazilian public companies from 2007 to 2013. The sample consisted of 31 companies that have shares traded on the BM & FBovespa and have social reports IBASE. The nature of the study is quantitative and data were collected through the Economática® database, IBASE social reports, administrative reports, social and sustainability reports published annually by the companies studied. The statistical technique used to meet the proposed objective was multiple regression. As a result, we realized that sponsorship to the sport as well as the sponsorship of culture, has positive relationship with economic performance of companies. These results are important because they show the economic importance for companies that adopt the sports sponsorship and creative industries as a strategy.

**Keywords:** Sponsorship Strategy, Performance, Sports Industry, Creative Industry.

Área: Estratégia

Submissão: 25/01/2018

Aprovação: 02/06/2018

Jessica Nunes de Alcântara - Universidade Federal de Lavras

Sabrina Soares da Silva - Universidade Federal de Lavras

Francisval de Melo Carvalho - Universidade Federal de Lavras

**ARTIGO 5882**

**A PRODUÇÃO EM INTERNACIONALIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR: UMA ANÁLISE A PARTIR DA BASE DA *WEB OF SCIENCE***

**RESUMO**

A internacionalização do ensino superior pode ser analisada sobre diversos prismas, diante disso a presente pesquisa justifica-se à medida que busca identificar e analisar os principais aspectos das publicações no campo de estudo, apontando os *hot topics* da temática. Para a realização deste estudo, utilizou-se a pesquisa bibliométrica na base de dados da *Web of Science*, compreendendo as publicações sobre o tema no período de 2007 a 2016. Foram encontradas 1146 publicações, que evidenciaram a existência de um grande número de autores e instituições que publicam sobre a temática, bem como diversas fontes de publicação. Nota-se ainda que grande parte dos estudos estão voltados para a área da educação e possuem o inglês como idioma predominante. Os termos “globalização” e “universidade” foram identificados como *hot topics* no estudo da temática, possivelmente por serem considerados termos correlatos ao objeto de estudo e não uma área específica de estudo.

**Palavras-chave:** Internacionalização do Ensino Superior. Globalização. *Hot topics. Web of Science*. Bibliometria.

**THE PRODUCTION IN INTERNATIONALIZATION OF HIGHER EDUCATION: AN ANALYSIS FROM THE BASIS OF WEB OF SCIENCE**

**ABSTRACT**

The higher education internationalization can be analyzed on several aspects, therefore the present research is justified as it seeks to identify and analyze the main publications aspects in this field of study, pointing out the hot topics of the subject. In order to carry out this study, bibliometric research was used in the Web of Science database, comprising publications on the subject from 2007 to 2016. There were 1146 publications, which evidenced the existence of a large number of authors and institutions that publish on the subject, as well as several sources of publication. Furthermore, most of the studies are focused on education and have English as the predominant language. The terms "globalization" and "university" were identified as hot topics in the theme of study, possibly because they were considered terms correlated to the object of study and not a specific area of study

**Key-words:** Internationalization of Higher Education. Globalization. Hot topics. Web of Science. Bibliometry.

Área: Estratégia

Submissão: 28/01/2018

Aprovação: 15/06/2018

Fernando Gazzoni - Universidade Federal de Santa Maria

Flavia Luciane Scherer - Universidade Federal de Santa Maria

Natália Pavanelo Pivetta - Universidade Federal de Santa Maria

Maíra Nunes Piveta - Universidade Federal de Santa Maria

Andréa Bach Rizzatti - Universidade Federal de Santa Maria

**ARTIGO 5897**

**A REPUTAÇÃO DO GESTOR INFLUENCIA O DESEMPENHO EMPRESARIAL?**

**RESUMO**

Este estudo investiga a relação entre a reputação de líderes e o desempenho, sob quatro dimensões (inovadora, internacional, operacional e de mercado), nas companhias abertas brasileiras. Para tanto, a pesquisa descritiva, quantitativa e documental, reúne uma amostra de 34 empresas cujos líderes participaram do *ranking* Merco Líderes 2016. Foram aplicados testes de diferenças entre médias, correlação de Spearman e regressão linear múltipla. Os resultados indicam que há diferença entre o desempenho de mercado nas empresas com líderes de maior reputação e o daquelas com líderes de menor reputação. Ressalta-se que, à luz da Teoria da Economia dos Custos de Transação e da Teoria da Agência, a reputação do gestor, percebida pelos *stakeholders*, ajuda a reduzir os custos de transação e de agência, podendo, portanto, influenciar o desempenho empresarial. Entretanto, contrariando as teorias adotadas no estudo, conclui-se que a reputação dos líderes não é capaz de influenciar o desempenho multidimensional das empresas.

**Palavras-chave:** Reputação. Reputação pessoal. Desempenho empresarial. Teoria da Economia dos Custos de Transação. Teoria da Agência.

**DOES CEO REPUTATION INFLUENCE CORPORATE PERFORMANCE?**

**ABSTRACT**

In this descriptive and quantitative desk study, we evaluated the association between CEO reputation and four aspects of corporate performance (innovative, international, operational, market) in Brazilian public firms. The sample consisted of 34 firms managed by CEOs listed on the 2016 *Merco Líderes* ranking. The findings were submitted to testing of differences between means, Spearman correlation analysis and multiple linear regression. Good CEO reputation was found to have a significant impact on corporate performance. In light of Economic Transaction Cost Theory and Agency Theory, good CEO reputation, as perceived by stakeholders, may be expected to reduce transaction and agency cost and thus improve corporate performance. On the other hand, contradicting the theories adopted in the study, CEO reputation had no influence on multidimensional corporate performance.

**Key words:** Reputation. Personal reputation. Corporate performance. Economic Transaction Cost Theory. Agency Theory.

Área: Organizações

Submissão: 01/02/2018

Aprovação: 03/07/2018

Ana Jeniffer Rebouças Maia - Universidade Federal do Ceará

Francisca Everlene Nogueira Pessoa - Universidade Federal do Ceará

Emanoel Mamede Sousa da Silva - Universidade Federal do Ceará

Márcia Martins Mendes De Luca - Universidade Federal do Ceará

Alessandra Carvalho de Vasconcelos - Universidade Federal do Ceará

**ARTIGO 5921**

**MAPA OU TERRITÓRIO? A EXPERIÊNCIA DE CONSULTORES NA IDENTIFICAÇÃO DE ROTINAS ORGANIZACIONAIS**

RESUMO

Problematizações envolvendo a dinâmica operativa de rotinas organizacionais vêm apresentando desafios crescentes para pesquisadores do constructo, ao considerar dificuldades e limitações circunstanciais da identificação do fenômeno em diferentes ambientes e contextos de ocorrência. Nessa perspectiva, por meio de uma abordagem fenomenográfica, esta investigação teve por objetivo coletar concepções de consultores externos sobre a identificação de rotinas organizacionais em suas experiências profissionais. Quatro diferentes modos de identificar o fenômeno emergiram dos relatos como resposta a esse problema de pesquisa: o fundamento em artefatos; o questionamento ao agente; a observação da prática; e a construção coletiva. O presente estudo sugere que a consistência de um entendimento pontual sobre a prática organizacional, entre consultores e agentes e entre os agentes da rotina, é influenciada por condições relacionais, refletidas em mecanismos de poder e confiança que envolvem esses sujeitos, sugerindo aos consultores o desenvolvimento de competências específicas para promover a identificação de rotinas nas organizações.

**Palavras-chave:** Rotinas Organizacionais; Interações Sociais; Consultoria Externa; Estudos Organizacionais; Fenomenografia.

**MAP OR TERRITORY? THE EXPERIENCE OF CONSULTANTS IN THE IDENTIFICATION OF ORGANIZATIONAL ROUTINES**

**ABSTRACT**

Problematizations involving the operational dynamics of organizational routines have presented increasing challenges for researchers of the construct, considering the difficulties and circumstantial limitations of the identification of the phenomenon in different environments and contexts of occurrence. In this perspective, through a phenomenographic approach, this research aimed to collect conceptions of external consultants on the identification of organizational routines in their professional experiences. Four different ways of identifying the phenomenon emerged from the reports as a response to this research problem: grounding in artifacts; questioning to the agent; observation of the practice; and collective construction. The present study suggests that the consistency of a punctual understanding of organizational practice, between consultants and agents, and among the agents of the routine, is influenced by relational conditions, reflected in mechanisms of power and trust that involve these subjects, suggesting to the consultants the development of specific competencies to promote the identification of routines in organizations.

**Keywords:** Organizational Routines; Social Interactions; External Consulting; Organizational Studies; Phenomenography.

Área: Organizações

Submissão: 08/02/2018

Aprovação: 29/06/2018

Erick Cardoso da Silva Figueira - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Sandra Regina da Rocha-Pinto - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

**ARTIGO 5934**

**GOVERNANÇA NO SETOR PÚBLICO: UM ESTUDO NA ADMINISTRAÇÃO DIRETA ESTADUAL**

**Resumo**

A governança no setor público ainda é incipiente na administração pública do país, fato que indica a necessidade de novos estudos na área em função da importância e relevância do tema para uma gestão pública mais efetiva. O objetivo central deste artigo consiste em analisar de que forma a adoção dos princípios de governança no setor público propostos no modelo do PSC/IFAC (2001), o Estudo 13, pode contribuir para uma gestão pública mais efetiva na administração direta do Estado de Goiás. No método foi utilizada uma abordagem qualitativa, de cunho descritivo. Quanto aos meios de investigação, utilizou-se a pesquisa documental, bibliográfica e o estudo de caso múltiplo na administração direta estadual. Os resultados indicaram que o modelo de governança praticado na administração direta do Estado de Goiás obteve alguns avanços nos últimos anos, mas ainda possui amplo espaço para evoluir por meio da adoção das melhores práticas indicadas pelo PSC/IFAC.

**Palavras Chave:** Governança Pública, Efetiva,Transparência, Integridade, *Accountability*.

**GOVERNANCE IN THE PUBLIC SECTOR: A STUDY IN DIRECT STATE ADMINISTRATION**

 **Abstract**

Governance in the public sector is still incipient in the country's public administration, a fact that indicates the need for new studies in the area due to the importance and relevance of the theme for a more effective public management. The main objective of this study is to analyze how the adoption of governance principles in the public sector proposed in the PSC / IFAC (2001) model, Study 13, can contribute to a more effective public management in the direct administration of the State of Goiás. In the method a qualitative, descriptive approach was used. As for the means of investigation, we made use of the documentary, bibliographic research and the multiple case study in the state direct administration. The results indicated that the governance model practiced in the direct administration of the State of Goiás has made some progress in recent years, but still has ample room to develop through the adoption of the best practices indicated by the PSC / IFAC.

**Keywords:** Public Governance, Effective, Transparency, Integrity, *Accountability.*

Área: Gestão Pública e Governança

Submissão: 15/02/2018

Aprovação: 07/06/2018

Cícero Rodrigues Barbosa - CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA

Fernando De Abreu Faria - ANALISTA BACEN