

Caderno de Pesquisas em Administração

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA FEA/USP

ARTIGOS

Principais mecanismos de financiamento às exportações brasileiras: uma análise comparativa

Eduardo Senra Coutinho e Hudson Fernandes Amaral

Macromarketing: fundamentos, natureza, escopo e tendências

Luiz Carlos dos Santos

Marketing e sua relação com questões sociais: um estudo no varejo

Marcelo de Rezende Pinto e José Edson Lara

Logística e transporte aéreo na cadeia de flores de corte: um estudo de caso holandês

Camila Dias de Sá, Danny Pimentel Claro e José Vicente Caixeta Filho

Gestão estratégica em cooperativas agroindustriais

Cláudio Antonio Pinheiro Machado Filho, Matheus Klouri Marino e Marco Antonio Conejero

Modelo de comportamento do gestor de compra: um estudo de caso da COOP – Cooperativa de Consumo

Osmar Domingues

Capital reputacional e responsabilidade social: considerações teóricas

Cláudio Antonio Pinheiro Machado Filho e Decio Zylbersztajn

ISSN 1516-7747

2º TRIMESTRE 2004

USP





CADERNO DE PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO

Programa de Pós-graduação em Administração da FEA-USP

Editora:

Profa. Dra. Maria Aparecida Gouvêa

Secretaria editorial e diagramação:

Fernanda Borba

Revisora:

Martene Petros Angelides

Textos em inglês:

Eugênia Deheinzelin e William Krell

Chefe do Departamento:

Eduardo Vasconcelos

Conselho Editorial:

Professores Doutores da FEA/USP (em ordem alfabética):

Abraham Sin Oih Yu

Isak Kruglianskas (Coordenador do Programa de Pós-graduação)

José Augusto Giesbrecht da Silveira

José Augusto Guagliardi

José de Oliveira Siqueira

Keyler Carvalho Rocha

Martinho I. R. de Almeida (Vice-Coodenador do Programa de Pós-graduação)

Tânia Casado

As matérias assinadas são de total e exclusiva responsabilidade dos autores.

Todos os direitos reservados ao PPGA-FEA-USP.

É permitida a publicação de trechos e artigos, com autorização prévia e identificação da fonte.

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

Caderno de pesquisas em administração/Programa de Pós-graduação em Administração da FEA/USP – Vol. 00, no. 0 (jul./ dez. 1994) - .
– São Paulo : Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, 1994 –
v.

Trimestral.

Publicada semestralmente até 1998.

ISSN 1516-7747

1. Administração – Periódicos. I. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Programa em Administração.

CDU 658(05)



CARTA DA EDITORA

Nesta edição foram reunidos alguns interessantes temas do campo da Administração, nas áreas de administração rural e agroindustrial, finanças, *marketing* e política de negócios.

A relevância da questão de como elevar os padrões de qualidade do desempenho das cadeias de suprimentos foi abordada no artigo de Sá, Claro e Caixeta Filho, especificamente da cadeia de suprimentos de flores da Holanda. Para um melhor entendimento do processo, usou-se um modelo teórico de indicadores de desempenho que foram aplicados a uma empresa exportadora de flores de corte selecionada e revelaram interessantes influências de determinados fatores sobre o desempenho da empresa focalizada.

O sistema cooperativista no Brasil é objeto de estudo do artigo de Machado Filho, Marino e Conejero. Por haver peculiaridades no processo de gestão estratégica, são realçadas as suas principais características em termos de gestão de cooperativas, à luz da teoria de planejamento estratégico.

No contexto de finanças, os autores Coutinho e Amaral apresentam os principais instrumentos que favorecem as exportações no Brasil, no que tange a condições específicas de crédito, com destaque para os aspectos regulamentares e financeiros. Alguns parâmetros utilizados nos procedimentos de financiamento são focalizados e comparados, bem como algumas características peculiares de tais mecanismos. São também propostas algumas estratégias para ampliação do volume de recursos disponíveis e da pulverização das operações.

Santos aborda em seu ensaio a reconstituição histórica do conceito de *macromarketing* com ênfase nos seus principais fundamentos e na sua importância para o desenvolvimento da teoria de *marketing*, além de apresentar conjecturas sobre as perspectivas futuras de fortalecimento de sua base conceitual.

A crescente valorização da prática de ações socialmente responsáveis ensejou o estudo realizado por Rezende Pinto e Lara. Esses autores desenvolveram um procedimento para aferir o nível de influência dessas medidas sobre a lealdade do consumidor e o comprometimento dos funcionários das organizações com responsabilidade social. A relevância deste trabalho evidencia-se não só pelos interessantes resultados obtidos em uma pesquisa com 208 empresas varejistas, como também pela escolha de um tema da maior importância nos dias de hoje.

Machado Filho e Zylbersztajn apresentam um ensaio no qual as questões de responsabilidade social e reputação das organizações sob a ótica da Nova Economia Institucional são abordadas. Aspectos ligados à reputação, lealdade do consumidor e conhecimento tecnológico, dentre outros, são apresentados como a base de diferenciação de empresas de muitos setores para obtenção de vantagens competitivas.

O autor Domingues faz uma abordagem de aspectos teóricos e práticos de modelos de comportamento de gestores de compras em mercados organizacionais. A teoria da gestão de compras é relacionada à prática de uma empresa varejista, por meio do método do estudo de caso da COOP – Cooperativa de Consumo. A partir do estudo dessa organização e usando-se como referência os modelos disponíveis na literatura, é construído um modelo de comportamento do gestor de compras específico para o setor de supermercados.

Nossos agradecimentos a todos pelo apoio na realização desta edição.

Maria Aparecida Gouvêa
Editora

SUMÁRIO

Finanças

1. ARTIGO: Principais mecanismos de financiamento às exportações brasileiras: uma análise comparativa

Principle financing recourses for Brazilian exports: a comparative analysis

Eduardo Senra Coutinho e Hudson Fernandes Amaral 1-12

Marketing

2. ENSAIO: *Macromarketing*: fundamentos, natureza, escopo e tendências

Macromarketing: bases, nature, scope and trends

Luiz Carlos dos Santos..... 13-27

3. ARTIGO: *Marketing* e sua relação com questões sociais: um estudo no varejo

The relationship of marketing to social issues: a study of retailing

Marcelo de Rezende Pinto e José Edson Lara..... 29-43

Administração Rural

4. ARTIGO: Logística e transporte aéreo na cadeia de flores de corte: um estudo de caso holandês

Logistics and air freight in the export of cut flowers from Holland: a study of an exporter

Camila Dias de Sá, Danny Pimentel Claro e José Vicente Caixeta Filho..... 45-60

5. ENSAIO: Gestão estratégica em cooperativas agroindustriais

Strategic management in cooperatives of the agro-industry

Cláudio Antonio Pinheiro Machado Filho, Matheus Kfourir Marino e Marco Antonio Conejero 61-69

Economia de Empresas

6. ARTIGO: Modelo de comportamento do gestor de compra: um estudo de caso da COOP – Cooperativa de Consumo

Behavior model for the purchasing agent: a study of a cooperative supermarket

Osmar Domingues 71-86

7. ARTIGO: Capital reputacional e responsabilidade social: considerações teóricas

Company reputation and corporative social responsibility: theoretical aspects

Cláudio Antonio Pinheiro Machado Filho e Decio Zylbersztajn 87-98