

Caderno de Pesquisas em Administração

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA FEA/USP

ARTIGOS

Discutindo o Terceiro Setor sob o enfoque de concepções tradicionais e inovadoras de Administração

Rubens de França Teixeira

Humanização, Relacionamento Interpessoal e Ética

Wellington Soares da Costa

Estimativa do valor econômico de empresas brasileiras de capital fechado (sem comparáveis de capital aberto) utilizando-se o método do Fluxo de Caixa Descontado

Tarcísio Tomazoni e Emílio Araújo Menezes

Processos de trocas intra-organizacionais: atualizando o conceito de *marketing* interno

Anselmo Ferreira Vasconcelos

A construção da riqueza através do relacionamento e da integração entre cliente e caixa: os 2 C's da gestão em finanças e *marketing*

Fábio Pereira Ribeiro

O processo de posicionamento estratégico nas empresas de serviços turísticos: um estudo de caso em agências de viagem da cidade de São Paulo

Fatny Mori Niño e Maria Aparecida Gouvêa

Informação nos títulos e resumos da área de estratégia nos congressos Cladea e Enanpad em 2002: um estudo exploratório

Mírian Oliveira e Rodrigo Polydoro Oliva

ISSN 1516-7747

1º 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:

Marlene 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

É com satisfação que apresentamos a primeira edição da revista Caderno de Pesquisas em Administração de 2004.

As áreas de conhecimento contempladas neste número correspondem a Administração Geral, Recursos Humanos, Finanças, Marketing e Política de Negócios.

Na área de Administração Geral, Teixeira apresenta um ensaio que focaliza as peculiaridades do terceiro setor e a viabilidade das aplicações de conceitos teóricos da administração tradicional a organizações circunscritas a esse segmento. A indicação de que mudanças constatadas nos paradigmas relativos ao campo da gestão organizacional harmonizam-se com a modelagem de uma base teórica de administração mais dirigida às características das organizações do terceiro setor é um dos interessantes resultados deste ensaio.

A área de Recursos Humanos está representada pelo trabalho de Costa, que propõe uma reflexão sobre a necessidade de discutir as associações existentes entre humanização, relacionamento interpessoal e ética. Em que pesem os esforços para o alcance dos objetivos organizacionais, o estudo recomenda que o tratamento dado à questão da humanização no ambiente de trabalho e à preservação dos valores éticos não seja colocado em segundo plano, até porque humanização e ética, associadas a um saudável relacionamento interpessoal, são fatores contributivos para a consecução dos objetivos a longo prazo de uma empresa.

A área de Finanças conta, nesta edição, com o estudo de Tomazoni e Menezes, que apresentam uma interessante proposta de taxa de desconto para avaliação econômica de empresas de capital fechado, cujos dados não são passíveis de comparação com os de empresas de capital aberto no Brasil.

A área de Marketing está presente nesta edição por meio de três estudos, de autoria de Niño e Gouvêa, de Ribeiro e de Vasconcelos.

O artigo de Niño e Gouvêa focaliza o processo de posicionamento estratégico e suas possibilidades de aplicação ao marketing turístico. Por meio de uma pesquisa qualitativa, foram abordadas algumas agências de viagens, cujos depoimentos possibilitaram um entendimento do nível de conhecimento e de desenvolvimento das técnicas de posicionamento, bem como a identificação de algumas estratégias já adotadas nesse contexto, ainda que de forma incipiente.

O artigo de Ribeiro focaliza a proposta de ação estratégica correspondente à integração de Finanças e Marketing com ênfase nos conceitos de caixa e cliente. O principal argumento que alicerça essa proposta é o alcance da maximização da riqueza da organização a partir da riqueza produzida individualmente pelo cliente, o que fortalece as bases lucrativas e rentáveis da organização.

Vasconcelos, em seu ensaio, realça a importância do marketing interno para o alcance dos objetivos organizacionais. Os benefícios do MI são alinhados aos proporcionados pelo marketing externo, com a argumentação de que relacionamentos saudáveis entre as áreas funcionais de uma empresa devem ser cultivados com o mesmo empenho dedicado ao relacionamento com os clientes externos. Uma ampla revisão dos avanços, abordagens, problemas e desafios inerentes ao conceito de marketing interno é proporcionada por este estudo.

A área de Política de Negócios é representada pelo artigo de Oliveira e Oliva. Neste trabalho faz-se uma análise crítica das informações apresentadas nos títulos e resumos dos artigos catalogados na área temática de Estratégia dos congressos Cladea e Enanpad em 2002. Tendo em vista que o impacto que título e resumo exercem no grau de interesse pela leitura integral de um artigo, é salientada a importância de uma correta elaboração desses componentes dos trabalhos acadêmicos. Para tal, algumas recomendações e advertências fornecidas neste artigo poderão ser de extrema utilidade aos interessados em aperfeiçoar a forma de apresentação de suas publicações.

Boa leitura a todos!

Maria Aparecida Gouvêa
Editora

SUMÁRIO

Administração Geral

1. **ENSAIO: Discutindo o Terceiro Setor sob o enfoque de concepções tradicionais e inovadoras de Administração**

Discussing the Third Sector with a focus on traditional and innovative concepts of management

Rubens de França Teixeira..... 1-15

Recursos Humanos

2. **TUTORIAL: Humanização, Relacionamento Interpessoal e Ética**

Humanization, interpersonal relationships and ethics

Wellington Soares da Costa..... 17-21

Finanças

3. **TUTORIAL: Estimativa do valor econômico de empresas brasileiras de capital fechado (sem comparáveis de capital aberto) utilizando-se o método do Fluxo de Caixa Descontado**

Estimated economic value of brazilian companies with closed capital (without comparable companies on the open market) using the Discounted Cash Flow method

Tarcísio Tomazoni e Emílio Araújo Menezes 23-35

Marketing

4. **ENSAIO: Processos de trocas intra-organizacionais: atualizando o conceito de marketing interno**

Intra-organizational exchange processes: updating the concept of internal marketing

Anselmo Ferreira Vasconcelos..... 37-50

5. **ARTIGO: A construção da riqueza através do relacionamento e da integração entre cliente e caixa: os 2 C's da gestão em finanças e marketing**

Better use of funds through an improved relationship and integration between the client and the cashier: the 2 C's of finance and marketing management

Fábio Pereira Ribeiro..... 51-61

6. **ARTIGO: O processo de posicionamento estratégico nas empresas de serviços turísticos: um estudo de caso em agências de viagem da cidade de São Paulo**

Strategic positioning in tourist service companies: a case study of travel agencies in the city of São Paulo

Fanny Mori Niño e Maria Aparecida Gouvêa..... 63-79

Estratégia

7. ARTIGO: Informação nos títulos e resumos da área de estratégia nos congressos Cladea e Enanpad em 2002: um estudo exploratório

Information from titles and abstracts on the subject of strategy at the Cladea and Enanpad congresses in 2002: an exploratory study

Mirian Oliveira e Rodrigo Polydoro Oliva..... 81-95

RESUMO

Os avanços da área de estratégia nos últimos anos têm sido notáveis e são governamentais e não-governamentais. Isso tem levado muitos pesquisadores a questionar a validade da estratégia tradicional e a considerar que a estratégia deve ser entendida como um processo contínuo e dinâmico. Dessa forma, este artigo tem por objetivo analisar a evolução da definição de estratégia e principais conceitos a partir de um estudo exploratório de artigos sobre estratégia publicados em revistas acadêmicas e livros de estratégia publicados voluntariamente em sites virtuais no âmbito de uma pesquisa de suas atividades. Os resultados do trabalho são discutidos sob o ponto de vista da evolução da estratégia administrativa, por meio da análise de conteúdos dos resumos de 200 artigos publicados em revistas de administração – incluindo os conceitos de estratégia de negócios, estratégia organizacional e estratégia – e de livros de estratégia publicados em sites virtuais de administração. Os resultados do trabalho são discutidos sob o ponto de vista da evolução da estratégia administrativa, por meio da análise de conteúdos dos resumos de 200 artigos publicados em revistas de administração – incluindo os conceitos de estratégia de negócios, estratégia organizacional e estratégia – e de livros de estratégia publicados em sites virtuais de administração.

Palavras-chave: Terceiro setor, Administração Terceiro Setor, Administração Terceiro Setor

ABSTRACT

Recent proliferation of non-profit and non-governmental organizations... has increasingly led many scholars of management who had had little knowledge of the organizational nature of the position. As such a continuously growing number of studies have been published in the field. A brief analysis is made about the effectiveness of newly and principal concepts, such as social responsibility and concepts of management when applied to these organizations. This study reveals that the strategy concept has many distinct characteristics such as the use of voluntary activities, the use of virtual networks, which are in contrast to the traditional management models derived from the business sector. As a new point of view, it is concluded that the normal evolution of management strategy is the increasing of particularities and the appearance of an innovative concept of management, such as the emergence of increased participation of the human element in management and the more appropriate application appropriate for these organizations of the third sector.

Key words: third sector, multilateral administrative management, etc.