

VOLUME 7 • NÚMERO 4 • SÃO PAULO • 2006

REVISTA DE
ADMINISTRAÇÃO
MMACKENZIE

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Chanceler Augustus Nicodemus Lopes
Reitor Manassés Claudino Fonteles
Vice-Reitor Pedro Ronzelli Júnior
Secretário Geral Nelson Callegari

INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE

ENTIDADE MANTENEDORA

Director-Presidente Marcos José de Almeida Lins
Director Financeiro-Administrativo Gilson Alberto Novaes

DECANATO DE PESQUISA E DE PÓS-GRADUAÇÃO

Sandra Maria Dotto Stump

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Coordenador Eliane Pereira Zamith Brito

FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, CONTÁBEIS E ADMINISTRATIVAS

Director Reynaldo Cavalheiro Marcondes

Revista de Administração Mackenzie – Volume 1, n. 1, (2000)–. – São Paulo: Editora Mackenzie, 2000-

Trimestral

Publicação do Departamento de Ciências Administrativas da Faculdade de Ciências Econômicas, Contábeis e Administrativas e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

ISSN 1768-6971

CDO 658

1. Administração 2. Marketing

RAM – Revista de Administração Mackenzie é indexada na Fuente Acadêmica da Ebsco; na OEI – CREDI – Organización dos Estados Iberoamericanos; na Bibliographie der Rezensionen Wissenschaftlicher-IBZ (Internacional Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences); na IBSS – International Bibliography of the Social Sciences (The London School of Economics and Political Sciences); na CLASE – Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades (México); na DARE Databank – UNESCO Social Science; e na LATINDEX – Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Também está disponível no Ulrich's International Periodicals Directory. O código da RAM no Catálogo Coletivo Nacional (CCN) do Ibiict, para solicitações via COMUT, é 096219-8

Os direitos de publicação desta revista são da Universidade Presbiteriana Mackenzie.
Os textos publicados na revista são de inteira responsabilidade de seus autores.
Permite-se a reprodução desde que citada a fonte e o autor.

Endereço para correspondência:

Revista de Administração Mackenzie
Universidade Presbiteriana Mackenzie
Rua da Consolação, 896 – 7º andar
São Paulo – SP – CEP 01302-907
E-mail: mazilber@mackenzie.com.br
revista.adm@mackenzie.com.br

VOLUME 7 • NÚMERO 4 • SÃO PAULO • 2006 • ISSN 1768-6971



REVISTA DE

ADMINISTRAÇÃO

MACKENZIE



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

CONSELHO TÉCNICO-CIENTÍFICO

Adalberto Américo Fischmann – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo
Antonio Delfin Netto – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo
Carlos Alberto Gonçalves – Universidade Federal de Minas Gerais
Clóvis L. Machado-da-Silva – Universidade Federal do Paraná
Dava Regina Flores – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Luciano Galvão Coutinho – Universidade Estadual de Campinas
Maria Luisa Mendes Teixeira – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Moises Ari Zilber – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Sibio Popadiuk – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Olavo Egidio Setúbal – Banco Itaú
Ricardo P. C. Leal – Universidade Federal do Rio de Janeiro
Sônia Maria Rodrigues Calado Dias – Universidade Federal de Pernambuco
Rubens da Costa Santos – Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas
Valmíria Carolina Piccinini – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Wilson Toshiro Nakamura – Universidade Presbiteriana Mackenzie

EDITOR ACADÊMICO E COORDENADOR DA REVISTA
MOISES ARI ZILBER

COORDENAÇÃO EDITORIAL E GRÁFICA
Joana Figueiredo

PROJETO GRÁFICO E CAPA
Nelson Mielnik e Sílvia Mielnik

DIAGRAMAÇÃO
Zeta Sudio

S SUMÁRIO

- 9** POLÍTICA EDITORIAL
- 10** APRESENTAÇÃO
Moises Ari Zilber
- 12** ADMINISTRAÇÃO ECOLÓGICA: CONSTRUINDO UMA EMPRESA AMBIENTAL E SOCIALMENTE RESPONSÁVEL
Simone Bacellar Leal Ferreira
Marie Agnes Chauvel
- 35** UMA ANÁLISE DOS ATRIBUTOS IMPORTANTES NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA DE NOTEBOOKS UTILIZANDO ANÁLISE FATORIAL E ESCALONAMENTO MULTIDIMENSIONAL
Valter Afonso Vieira
Luiz Antonio Slongo
- 60** CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL NA ÁREA DE PRODUÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O AMBIENTE INDUSTRIAL
Ely Laureano Paiva
- 78** CUSTOS E BENEFÍCIOS PARA O CONSUMIDOR NA AÇÃO DA RECLAGEM
Simone Conceição Ramos Castanho
Eduardo Eugênio Spers
Oswaldo Elias Farah

- 99** O PERFIL DAS UNIVERSIDADES CORPORATIVAS NO BRASIL
Alessandra Rosa Branco
- 121** RETAIL PRIVATE LABEL'S STRATEGIES: A CASE STUDY IN A LARGE BRAZILIAN SUPERMARKET CHAIN
Paula Bulamah Spinelli
Janaína de Moura Engracia Giraldi
Marcos Cortez Campomar
- 142** SUCESSO EXPORTADOR: INFLUÊNCIA DA ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA, ATITUDE E CAPACIDADE GERENCIAL
José Ednilson de Oliveira Cabral
Luiz Alberto da Silva Júnior
- 168** TEORIA DA AGÊNCIA E OS CONFLITOS ORGANIZACIONAIS: A INFLUÊNCIA DAS TRANSFERÊNCIAS E DAS PROMOÇÕES NOS CUSTOS DE AGÊNCIA EM UMA INSTITUIÇÃO BANCÁRIA
Paulo de Godoy
Rosilene Marcon

SUMMARY

- 9** PUBLISHING POLICY
- 10** FROM THE EDITOR
Moises Ari Zilber
- 12** ECOLOGICAL MANAGEMENT: BUILDING AN ENVIRONMENTAL AND SOCIALLY RESPONSIBLE FIRM
Simone Bacellar Leal Ferrreira
Marie Agnes Chauvel
- 35** AN ANALYSIS OF THE IMPORTANT ATTRIBUTES IN THE NOTEBOOK CONSUMER DECISION MAKING PROCESS USING FACTOR ANALYSIS AND MULTIDIMENSIONAL SCALING
Valter Afonso Vieira
Luiz Antonio Slongo
- 60** MANUFACTURING ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE AND ITS RELATIONSHIP WITH THE INDUSTRY
Ely Laureano Paiva
- 78** COSTS AND BENEFITS FOR THE CONSUMER IN THE RECYCLING ACTION
Simone Conceição Ramos Castanho
Eduardo Eugênio Spers
Oswaldo Elias Farah

- 99** CORPORATE UNIVERSITIES PROFILE IN BRAZIL
Alessandra Rosa Branco
- 121** ESTRATÉGIAS DE MARCAS PRÓPRIAS VAREJISTAS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA GRANDE REDE SUPERMERCADISTA BRASILEIRA
Paula Bulamah Spinelli
Janaína de Moura Engracia Giraldi
Marcos Cortez Campomar
- 142** THE DETERMINANTS OF EXPORT SUCCESS: STRATEGIC ORIENTATION, ATTITUDE AND MANAGERIAL CAPABILITIES
José Ednilson de Oliveira Cabral
Luiz Alberto da Silva Júnior
- 168** AGENCY THEORY AND ORGANIZATIONAL CONFLICTS: THE INFLUENCE OF TRANSFER AND PROMOTION IN AGENCY COSTS IN A FINANCIAL INSTITUTION
Paulo de Godoy
Rosilene Marcon

POLÍTICA EDITORIAL

A *RAM – Revista de Administração Mackenzie* é um meio de divulgação dos conhecimentos gerados nos programas de Pós-Graduação do país, preferencialmente aqueles fundamentados em pesquisas empíricas.

Por estar ligada à Faculdade de Ciências Econômicas, Contábeis e Administrativas e ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, abriga temas ligados à gestão de pessoas, que compreendem assuntos referentes à teoria organizacional, cultura e valores dos executivos, capital intelectual, organizações de aprendizagem, mudança organizacional, educação na organização; à valoração empresarial que envolve assuntos relacionados a relação preço-custo, financiamentos e investimentos, fusões e aquisições, governança corporativa, gestão de valoração de empresas, finanças comportamentais, contabilidade estratégica e gerencial; e temas ligados a gestão e desenvolvimento de mercados que abordam assuntos referentes ao atendimento de clientes, vantagem competitiva, concorrência, inteligência estratégica, administração da cadeia de suprimentos, inovação, diversificação de negócios, administração de canais de distribuição, ERP, CRM e marketing.

Os assuntos aqui indicados não são exclusivos, podendo ser aceitos artigos que estejam fora destes, desde que tratem de temas ligados à gestão empresarial.

É uma revista trimestral que adota as normas da ABNT quanto à apresentação de artigos, das referências bibliográficas e das citações em documentos. E procura atender também especificamente às regras e normas constantes e emanadas do sistema Qualis da Capes da área de Administração.