

## FGV/RAE: A IMPORTÂNCIA DA RETOMADA DO PRUMO

Iniciamos este editorial pela explicação do novo título desta publicação: FGV/RAE. Esta denominação tem a função emblemática de marcar uma posição: não se trata mais de falar de Administração de Empresas de modo geral. Trata-se de marcar a origem e responsabilidade destes diversos discursos: a Fundação Getúlio Vargas de São Paulo. Seguindo o recorte proposto em número anterior, trazemos, desta vez, seis seções que reproduzem áreas de competência da FGV/SP. Em Organização, Recursos Humanos e Planejamento, José Carlos Garcia Durand discute e contextualiza a produção de uma política cultural para o país. Em Administração Mercadológica, dois autores destacam a contribuição do *Marketing* em dois campos: *Marketing* de Relacionamento, de Francisco Aranha, que analisa os desdobramentos da utilização dos Sistemas de Informações Geográficas para as atividades de *Marketing*; e *Marketing* de Empresas de Rubens da Costa Santos e Ana Carla Fonseca Reis defendem o argumento de o patrocínio e o mecenato serem vigorosas ferramentas. Propor uma metodologia para se examinar a evolução da economia brasileira a partir das estratégias dos grandes grupos empresariais é o objetivo de Flavio Marcílio Rabelo em artigo bastante estimulante. Escolhemos o artigo de Antonio Carlos Manfredini de Oliveira para se avançar o papel da tecnologia de informação na definição das vantagens competitivas em Administração Pública. Já Pierre Ehrlich apresenta a segunda parte de sua contribuição para o tema: Modelagem e Processos Decisórios. Finalmente, para a área de Finanças foi escolhido o artigo de José Paulo Alves Fusco sobre Capital de Giro e Nível de Vendas. O denominador comum a todos estes artigos é a retomada da palavra oficial da FGV/SP sobre vários temas em gestão. Ainda uma vez, não se trata mais de um discurso sem marca de origem, trata-se da palavra de autores que ensinam, pesquisam, prestam serviços de consultoria, ministram cursos e envolvem-se na educação continuada de executivos, na FGV/SP ou em entidades a ela relacionadas.

Tenham todos uma proveitosa leitura.

Roberto Venosa  
Diretor e Editor da RAE

# RAE

VOLUME 36  
NÚMERO 2  
ABR./MAIO/JUN. 1996

## ORGANIZAÇÃO, RECURSOS HUMANOS E PLANEJAMENTO

### *Profissionalizar a Administração da Cultura*

**José Carlos Garcia Durand**

Uma política cultural plural, eficiente e democrática, precisa vencer mazelas como despreparo de técnicos, corporativismo e clientelismo, ainda fortes no Brasil.

*To be plural, efficient and democratic, a governmental cultural policy must face difficulties like political clientelism, amateurism of public servants and artist's corporate interests.*

## ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA

### *Sistemas de Informação Geográfica: uma arma estratégica para o DataBase Marketing*

**Francisco Aranha**

Os Sistemas de Informações Geográficas tornaram-se disponíveis para uso em computadores de mesa. São ferramentas extremamente úteis para as atividades de *marketing* de relacionamento. No Brasil, deve popularizar-se nos próximos dois anos.

*Geographic Information Systems have become available for desktop computers. They are extremely useful for Database Marketing activities. In Brazil, their usage will become popular in the next two years.*

6

12