

## Referências bibliográficas

ARNOLD, David. **Seven Rules of International Distribution**. Harvard Business Review. p. 131-137, Nov/Dec, 2000.

ASMUSSEN, K. J.; CRESWELL, J. W. Campus response to a student gunman. **Journal of Higher Education**, n. 66, p.575-591.

AUSTIN, James E. **Managing in Developing Countries: Strategic Analysis and Operating Techniques**. p. 29-75, New York: The Free Press, 1990

BERTRAND, Hélène. **Global Marketing: Are the Individual Needs Satisfied..?!**, 1994.

BRANDENBURGER, Adam M.; NALEBUFF, Barry J. **Co-opetition**. p. 11-39, New York: Doubleday, 1997.

BOONE, Louis E., KURTZ, David L. **Contemporary Marketing**, 11. ed. Boston: Thomson Learning, 2004.

CARNEIRO, Jorge M.; ROCHA, Angela; SILVA, Jorge F. **Development and Validation Guidelines for a Measurement Model of the Export Performance Construct**, 2006.

CATEORA, Philip R. **International Marketing**. 8. ed. Boston: McGraw Hill, 1993.

CATEORA, Philip R.; GRAHAM, John L. **Marketing Internacional**. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

CLARO, Danny; CLARO, Priscila. Coordinating B2B cross-border supply chains: The case of the organic coffee industry. **The Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 19, n.6, p. 405-414, 2004.

CRESWELL, John W. **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions**. Thousand Oaks: Sage, 2001.

CURRY, Jeffrey E. **A Short Course in International Marketing: Approaching and penetrating the global marketplace**. Novato: World Trade Press, 1999.

DAY, George S.; REIBSTEIN, David J. **Wharton on Dynamic Competitive Strategy**. Chicago: Wiley, 1997.

DOLAN, Robert J.; SIMON, Hermann. **Power Pricing: how managing price transforms the bottom line**. New York: Free Press, 1996.

GENÇTÜRK, Esra F.; KOTABE, Masaaki. The effect of export assistance program usage on export performance: a contingency explanation. **Journal of International Marketing**, [S.l.], v.9, n.2, p. 14-29, June, 2001.

GILLESPIE, Kate; KRISHNA, Kishore; JARVIS, Susan, Protecting Global Brands: Towards a Global Norm. **Journal of International Marketing**, v. 10, n. 2, p. 99-112, 2002.

GUIGUET, Juliana M. **A Influência dos Aspectos Sócio-culturais e Organizacionais no Processo de Adaptação do Expatriado**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Administração, PUC-Rio, 2003.

HARRIS, Greg; ATTOUR, Suleiman. The International Advertising Practices of Multinational Companies. **European Journal of Marketing**, v. 37, não 1/2, p. 154-168, 2003.

HILTEN, Jan. Steps in Preparing Coffee Exports. **International Trade Forum**, n. 3, p. 16-23, 1991.

HOFSTEDDE, Geert. **Culture's Consequences**, 2. ed, Thousand Oaks: Sage, 2001.

JEANNET, Jean-Pierre; HENNESSEY, David H. **Global Marketing Strategies**, 6 ed. Boston: Houghton Mifflin Company, 2004.

KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. **Princípios de Marketing Global**. São Paulo: Saraiva, 1999.

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. **Administração de Marketing Global**. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

MACEDO-SOARES, T. Diana L. v. A. **An Integrative Model for Strategic Management Analysis: Application to Organizations in Brazil**. Proceedings of Informs/Korms International Conference, Seoul, Korea, p. 460-467, 2001.

MALHOTRA, Naresh; AGARWAL, James; ULGADO, Francis. Internationalization and Entry Modes: A Multitheoretical Framework and Research Propositions. **Journal of International Marketing**, v. 11, n. 4, p. 1-31, 2003.

MARKWALD, Ricardo; PUGA, Fernando P. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. **Focando a Política de Promoção de Exportações**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

McKENNA, Regis. **Total access: Giving customers what they want in an anytime, anywhere world**. Boston: Harvard Business School Press, 2002.

MIARELLI, Mauricio; PORTUGAL, Alberto D. **A Real Situação da Cafeicultura**. O Estado de São Paulo, disponível em: <[http://web.iea.com.br/funcex/SI/index.php?modulo=mostra\\_noticia\\_2&acao=mostrar&origem=mostra\\_noticia&uidnoticia=1691023ec9e8f786113dde1f68e6bf&uidusuario=45c2a83a5e433ec3fa5bde794ca80b](http://web.iea.com.br/funcex/SI/index.php?modulo=mostra_noticia_2&acao=mostrar&origem=mostra_noticia&uidnoticia=1691023ec9e8f786113dde1f68e6bf&uidusuario=45c2a83a5e433ec3fa5bde794ca80b)>, publicado em 29/05/2006.

MOHAN, Sushil.; LOVE, James. Coffee Futures: role in reducing coffee producers' price risk. **Journal of International Development**, v. 16, n. 7, p. 983-1002, 2004.

MOREIRA, Cássio F. **Caracterização de Sistemas de Café Orgânico Sombreado e a Pleno Sol no Sul de Minas Gerais**. Dissertação (mestrado). Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, USP, 2003.

NAKATA, C.; SIVAKUMAR, K. National Culture and New Product Development. **Journal of Marketing**, v. 60, p. 61-72, 1996.

PETER, J. Paul; OLSON, C. Jerry. **Consumer Behavior and Marketing Strategy**, 7. ed. Boston: McGrawhill, 2005.

PINO, Francisco A.; VEGRO, Celso L. R. **Café: Um Guia do apreciador**. São Paulo: Saraiva, 2005.

PORTER, Michael E. **Competitive Strategy**. New York: Free Press, 1980.

RIENSTRA, Dianna. Coffee Growers Discover that Quality Pays. **International Trade Forum**, n. 4, p. 26-29, 2004.

ROCHA, Ângela. Economia Empresarial. **Economia e Conjuntura- Análise da Conjuntura Macroeconômica**. Rio de Janeiro, Instituto de Economia UFRJ: COPPEAD, n. 36, ano 3, janeiro 2003.

SHIMP, Terence A. **Propaganda e Promoção: Aspectos complementares da comunicação integrada de marketing**. 5. ed. São Paulo: Bookman, 2003.

SHOHAM, A.; GERALD, S. Reducing the impact of barriers to exporting: a managerial perspective. **Journal of International Marketing**, v. 3, n. 4, p. 85-105, 1995.

SCHOLER, Morten. Bitter or Better Future for Coffee Producers? **International Trade Forum**, n. 2, p. 9-13, 2004.

TALBOT, John M. The Struggle for Control of a Commodity Chain: Instant Coffee form Latin America. **Latin American Research Review**, v. 32, n. 2, p. 117-135,1997.

TALBOT, John M. Where Does Your Coffee Dollar Go?: The Division of Income and Surplus Along the Coffee Commodity Chain. **Studies in Comparative International Development**, v. 32, n. 1, p. 56-89,1997.

THEODOSIOU, Marios; KATSIKEAS, Constantine. Factors Influencing the Degree of International Pricing Strategy Standardization of Multinational Corporations. **Journal of International Marketing**, v. 9 n. 3, p. 1-18, 2001.

THOMÉ, Cristiane C. **Fatores Determinantes do Desempenho Exportador de Micro, Pequenas e Médias Empresas Brasileiras**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Administração, PUC-Rio, 2003.

WELLS, William; MORIARTY, Sandra; BURNETT, John. **Advertising: Principles & Practice**, 6. ed. New Jersey: Pearson Education, 2006.

## 7 Bibliografia

ABIC. Destino das Exportações. Disponível em: <[http://www.abic.com.br/estat\\_exportacoes2.html#destino](http://www.abic.com.br/estat_exportacoes2.html#destino)>. Acesso em: 2 out. 2005.

\_\_\_\_\_. Exportações - Análise Setorial. Disponível em: <[http://www.abic.com.br/export\\_asetorial.html](http://www.abic.com.br/export_asetorial.html)>. Acesso em: 6 nov. 2005.

\_\_\_\_\_. Volume e preço das exportações brasileiras por tipo de café. Disponível em: <[http://www.abic.com.br/estat\\_exportacoes2.html#torrado](http://www.abic.com.br/estat_exportacoes2.html#torrado)>. Acesso em: 2 out. 2005.

CAFEICULTURA. Cafés Especiais. Disponível em: <<http://www.revistacafeicultura.com.br/index.php?tipo=ler&mat=4634>>. Acesso em: 25 fev. 2006.

\_\_\_\_\_. O mercado de cafés especiais deve colher 1 milhão de sacas este ano. Disponível em: <<http://www.revistacafeicultura.com.br/index.php?tipo=ler&mat=4469>>. Acesso em: 11 fev. 2006.

CAFÉS DO BRASIL. Da matéria-prima ao produto industrializado. Disponível em: <<http://www.cafesdobrasil.com.br/apoio/>>. Acesso em: 1 fev. 2006.

\_\_\_\_\_. Venha participar do PSI. Disponível em: <<http://www.cafesdobrasil.com.br/participe/>>. Acesso em: 15 mar. 2006.

COFFEE ASSOCIATION OF CANADA e SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA. Disponível em:

<<http://www.equator.ca/aboutcoffee/industry.asp>>. Acesso em: 25 fev. 2006.

EMBRAPA. Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café. Disponível em: <[http://www22.sede.embrapa.br/cafe/outros/arq\\_Relat\\_Gestao/Hist%F3rico.pdf](http://www22.sede.embrapa.br/cafe/outros/arq_Relat_Gestao/Hist%F3rico.pdf)>. Acesso em: 6 nov. 2005.

OIC. *Exports of exporting Members*. Disponível em: <<http://www.ico.org/asp/display2.asp>>. Acesso em: 2 out. 2005.

\_\_\_\_\_. *Imports by Importing Countries from all sources*. Disponível em: <<http://www.ico.org/prices/m4.htm>>. Acesso em: 2 out. 2005.

\_\_\_\_\_. *Imports of Importing Members*. Disponível em: <<http://www.ico.org/asp/display3.asp>>. Acesso em: 2 out. 2005.

\_\_\_\_\_. *Re-exports of importing Members*. Disponível em: <<http://www.ico.org/asp/display4.asp>>. Acesso em: 2 out. 2005.

\_\_\_\_\_. *ICO Indicator Prices*. Disponível em: <<http://www.ico.org/prices/p2.htm>>. Acesso em: 2 out. 2005.

## 8 Anexos

### 8.1 Roteiro entrevistas especialistas ABIC e ACOB

#### a) Legislação

- Existem políticas e leis, nacionais e internacionais que influenciem positivamente no negócio de exportação? Quais? Como elas influenciam no negócio?
- Existem políticas e leis, nacionais e internacionais que influenciem negativamente no negócio de exportação? Quais? Como elas influenciam no negócio?

#### b) Situação Econômica

- Como a geografia e infra-estrutura nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam positivamente e negativamente no negócio de exportação?

#### c) Sócio-cultural

- Existem fatores na sociedade, como hábitos, costumes, preferências e grupos de pessoas (como, por exemplo, celebridades) que influenciem positivamente no negócio de exportação? Quais? Como eles influenciam no negócio?
- Da mesma forma, existem fatores na sociedade, como hábitos, costumes, preferências e grupos de pessoas (como, por exemplo, celebridades) que influenciem negativamente no negócio de exportação? Quais? Como eles influenciam no negócio?

## d) Geografia e Infra-estrutura

- Como a geografia e infra-estrutura nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam positivamente no negócio de exportação?
- Como a geografia e infra-estrutura nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam negativamente no negócio de exportação?

## e) Nível de Tecnologia

- Como o nível de tecnologia nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influencia positivamente no negócio de exportação?
- Como o nível de tecnologia nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influencia negativamente no negócio de exportação?

## f) Estrutura de Distribuição

- Como a estrutura de distribuição nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influencia positivamente no negócio de exportação?
- Como a estrutura de distribuição nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influencia negativamente no negócio de exportação?

## g) Cliente

- Quem são os maiores importadores? Qual o tipo de café comprado por eles?
- Quais as dificuldades encontradas para chegar até eles?

## h) Produto

- Quais os produtos ofertados nesses mercados?
- Recomenda-se segmentar a colheita/produtos em função dos clientes?

## i) Preço

- Normalmente o preço do café orgânico acompanha a oscilação do mercado de commodity?
- Até que ponto as variações cambiais influenciam na composição do preço?
- De maneira geral, quais são as formas/prazo de pagamento oferecidas aos clientes?

## j) Canais

- De maneira geral, como se abastece o mercado internacional, trading, direto, internet?
- De maneira geral, quanto tempo entre o pedido e a entrega?

## k) Promoção

- Quais as formas recomendadas para a comunicação do produto?

## l) Investimentos

- Qual o plano de investimentos mínimo para que haja sucesso nesse tipo de negócio? Como ele é definido/elaborado? Resume-se a que ações (participação em feiras internacionais)?

## m) Concorrentes

- Quem são os principais concorrentes nesse mercado?
- Eles são os mesmos nos diversos mercados-alvo?
- Repetir as questões sobre produto, preço canal e promoção para os concorrentes.

**8.2****Roteiro entrevistas gestores alfa e beta**

## a) Cliente

- Qual é o principal mercado alvo para a sua empresa e por que? O mercado foi estudado a respeito do tipo de produto, industrialização, etc?
- Quais as dificuldades encontradas para se chegar até eles?

## b) Produto

- Quais os produtos ofertados?
- Segmenta a colheita/produtos em função dos clientes?

## c) Preço

- O seu preço acompanha a oscilação do mercado de *commodity*?
- Até que ponto as variações cambiais influenciam na composição do seu preço?
- Quais são as formas/prazo de pagamento oferecidas aos clientes?

## d) Canais

- Como a sua empresa abastece o mercado internacional, *trading*, direto, internet?
- De maneira geral, quanto tempo entre o pedido e a entrega?

## e) Promoção

- Como você comunica o produto, é feita alguma ação de marketing com os clientes/consumidores?

## f) Investimentos

- Há algum plano de investimentos em marketing internacional? Como ele é definido/elaborado? Resume-se a que ações?

## g) Concorrentes

- Quem são seus concorrentes?
- Eles são os mesmos nos diversos mercados-alvo?
- Repetir as questões sobre produto, preço canal e promoção para os concorrentes.

## h) Legislação

- Existem políticas e leis, nacionais e internacionais que influenciem positivamente no negócio de exportação? Quais? Como elas influenciam no negócio?

- Existem políticas e leis, nacionais e internacionais que influenciem negativamente no negócio de exportação? Quais? Como elas influenciam no negócio?

i) Situação Econômica

- Como a geografia e infra-estrutura nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam positivamente no negócio de exportação?

j) Sócio-cultural

- Existem fatores na sociedade, como hábitos, costumes, preferências e grupos de pessoas (como, por exemplo, celebridades) que influenciem positivamente no negócio de exportação? Quais? Como eles influenciam no negócio?
- Da mesma forma, existem fatores na sociedade, como hábitos, costumes, preferências e grupos de pessoas (como, por exemplo, celebridades) que influenciem negativamente no negócio de exportação? Quais? Como eles influenciam no negócio?

k) Geografia e Infra-estrutura

- Como a geografia e infra-estrutura nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam positivamente no negócio de exportação?
- Como a geografia e infra-estrutura nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam negativamente no negócio de exportação?

l) Nível de Tecnologia

- Como o nível de tecnologia nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam positivamente no negócio de exportação?
- Como o nível de tecnologia nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam negativamente no negócio de exportação?

m) Estrutura de Distribuição

- Como a estrutura de distribuição nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam positivamente no negócio de exportação?
- Como a estrutura de distribuição nos principais mercados internacionais compradores de café orgânico influenciam negativamente no negócio de exportação?