

APRESENTAÇÃO

Prezado leitor, por indicação da diretoria do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, por meio de seu diretor Prof. Dr. Moises Ari Zilber, estou assumindo a Editoria da RAM e o compromisso de manter o nível de excelência alcançado nesta publicação.

Quero agradecer a todos pelas palavras de incentivo e em especial ao Prof. Dr. Moises Ari Zilber por mais esta oportunidade de contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento da RAM no seu papel de estimular o debate crítico e construtivo sobre os temas desafiadores do conhecimento científico na área de Administração.

É grande o desafio de estar no comando da RAM, mas sei poder contar com o apoio de seu seletivo corpo de avaliadores, essencial na determinação da qualidade das publicações.

Este terceiro número de 2008 apresenta sete artigos, envolvendo quatro importantes áreas temáticas: *marketing*, estratégia, finanças e responsabilidade socioambiental.

Na área de *marketing*, são apresentados três artigos que focam, respectivamente, o comportamento do consumidor na internacionalização de produtos brasileiros, as estratégias de *marketing* de varejo como fator competitivo em supermercados de bairro e os atributos dos serviços de distribuição para pequenos varejistas de alimentos.

Dois artigos abordam questões referentes à área de estratégia. O primeiro discute o papel da economia de escala e da produtividade na variabilidade do desempenho financeiro das empresas brasileiras da nova economia, e o segundo analisa os fatores de sucesso e de fracasso em consórcios de exportação no setor de confecções da economia brasileira.

Na área de finanças, apresenta-se um artigo que explora a questão da estruturação de capital, testando as previsões da *Pecking Order Theory*.

Finalmente, na área de responsabilidade socioambiental, um artigo discute a avaliação das ações sociais de empresas brasileiras no setor de varejo.

WALTER BATAGLIA
Editor Acadêmico