

APRESENTAÇÃO

Estamos apresentando mais um número da RAM, que completa o ciclo trimestral do ano de 2006. Este período é muito significativo para esta editoria, uma vez que consolida a nossa revista efetivamente como trimestral. Foram muitas as dificuldades em transformar a RAM em uma alternativa sólida de apoio à pesquisa e ensino na área de Administração e correlatas. São muitos os acadêmicos que endereçam para esta publicação suas experiências e achados, acreditando ser a RAM uma opção de veículo sério e responsável para abrigar os frutos de seus estudos. Entendemos também da maior importância o papel que representam os nossos avaliadores, viabilizando a nossa filosofia de compor os números da revista sempre com artigos de qualidade.

Nesta edição, os leitores poderão encontrar o estudo a respeito do conhecimento organizacional na área de produção e sua relação com o ambiente industrial.

Pode-se encontrar também o artigo que trata da influência da orientação estratégica, atitude e capacidade gerencial como fontes do sucesso exportador. O artigo tem como objetivo analisar a influência das dimensões relativas ao marketing estratégico, às atitudes e às percepções gerenciais sobre o sucesso exportador (continuidade) de empresas de pequeno e médio porte do Ceará.

O artigo que contém uma análise dos atributos importantes no processo de decisão de compra de *notebooks* traz um assunto de interesse neste momento, dada a efetiva importância que representam para a sociedade a internet, a informática e a disseminação do conhecimento decorrente.

Por outro lado, a questão ambiental e a responsabilidade social são tópicos discutidos por meio de um estudo de caso de empresa de ecoturismo e sua experiência, realçando as dificuldades encontradas e as soluções adotadas para essa nova forma de negócio, com foco na região da Chapada Diamantina, na Bahia.

Um tema atual e interessante como alternativa de contribuição na preservação do meio ambiente e de redução de custos é tratado no artigo sobre a propensão do consumidor em reciclar com base no conceito de valor ou relação custo e benefício.

A emergência das empresas que empreendem a universidade corporativa como alternativa de treinamento e desenvolvimento profissional é colocada no sentido de identificar algumas características dessas universidades em empresas brasileiras.

Verifica-se, portanto, a diversidade de assuntos e temas tratados pela RAM, situação que tem se tornado a sua marca. E a marca é assunto tratado em artigo que aborda as vantagens e riscos relacionados às marcas próprias, a partir da perspectiva dos varejistas, assim como as estratégias para marca própria e o crescimento no mercado brasileiro de uma rede supermercadista nacional de grande porte.

Finalmente, a teoria da agência e os conflitos organizacionais são examinados com a intenção de verificar a influência das transferências e das promoções nos custos de agência em uma instituição em face da existência de conflitos familiares.

Esperamos que nossos leitores, autores e pareceristas continuem apoiando a nossa RAM.

MOISES ARY ZILBER

Editor Acadêmico

Copyright of *Revista de Administração Mackenzie* is the property of Universidade Presbiteriana Mackenzie, RAM-Revista de Administração Mackenzie and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.