

APRESENTAÇÃO

Caros leitores,

Este é o sexto número de 2008.

Temos o prazer de iniciar esta edição com a chamada de trabalhos para uma das edições especiais temáticas da *Revista de Administração Mackenzie* (RAM) do ano de 2009. Trata-se de uma edição dedicada especialmente à comemoração do jubileu de ouro de Modigliani & Miller organizada pelos professores Aureliano Angel Bressan (Cepead-UFMG) e Antonio Lopo Martinez (UFBA). É importante destacar que a idéia de vincular a edição especial ao evento comemorativo foi do professor Wesley Mendes da Silva (Mackenzie), cujo entusiasmo contagiou de imediato a equipe da RAM. Desejamos que a edição especial temática Modigliani & Miller, dedicada especialmente à comunidade acadêmica de finanças, sirva de incentivo para que os pesquisadores dessa área temática enviem seus trabalhos à RAM.

A presente edição conta com sete artigos, envolvendo importantes áreas temáticas da administração: gestão de projetos, gestão humana e social, administração estratégia, *marketing* de relacionamento e gestão de empresas familiares.

Na área de gestão de projetos, o artigo apresentado verifica a aderência das proposições do *Project management body of knowledge* (PMBOK) às práticas dos gestores no gerenciamento da construção de duas hidrelétricas de grande porte no Brasil.

Três artigos abordam questões relacionadas à área de gestão humana e social. O primeiro foca a *aprendizagem gerencial* não apenas como um fenômeno individual, mas coletivo, que ocorre em um contexto de participação social. O artigo discute as implicações dessa abordagem interacionista da aprendizagem para os programas de desenvolvimento gerencial. O segundo artigo se refere à gestão do *capital de relacionamento* e apresenta um estudo realizado na fábrica de motores São Carlos, do grupo Volkswagen. O terceiro artigo propõe e analisa a validade de uma escala para aferir a percepção dos funcionários quanto às *políticas organizacionais de gestão de pessoas*.

Quanto à área de administração estratégia, um artigo explora a identificação das imagens mentais dos gestores a respeito do *conceito de estratégia*.

O artigo sobre a área de *marketing* de relacionamento se refere ao contexto de serviços e analisa as relações entre os benefícios relacionais percebidos por consumidores e seus antecedentes (características dos serviços e do envolvimento pessoal) e conseqüentes (satisfação, confiança e fidelidade com empregados e empresas, recomendação boca a boca e comprometimento).

Encerra-se esta edição com a apresentação de um artigo relacionado à área de *gestão de empresas familiares*, o qual analisa a produção científica nacional no campo com base nos anais dos eventos organizados pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Anpad) entre os anos de 1997 e 2007. Sem dúvida, o estudo contribui para indicar possibilidades de novas investigações na temática em questão.

Aproveitem a leitura!

WALTER BATAGLIA
Editor acadêmico