

VOLUME 9 • NÚMERO 3 • SÃO PAULO • 2008

REVISTA DE
ADMINISTRAÇÃO
MACKENZIE



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Chanceler Augustus Nicodemus Lopes
Reitor Manassés Claudino Fonteles
Vice-Reitor Pedro Ronzelli Júnior

INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE

ENTIDADE MANTENEDORA

Diretor-Presidente Adilson Vieira
Diretor de Planejamento e Finanças Solano Portela
Diretor de Ensino e Desenvolvimento Cleverton Pereira de Almeida
Diretor de Administração e Gestão de Pessoas Gilson Alberto Novaes

DECANATO DE PESQUISA E DE PÓS-GRADUAÇÃO

Sandra Maria Dotto Stump

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Coordenador Eliane Pereira Zamith Brito

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS

Diretor Moisés Ari Zilber

Revista de Administração Mackenzie – Volume 1, n.1, (2000) – São Paulo: Editora Mackenzie, 2000

Trimestral

Publicação do Departamento de Ciências Administrativas do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

ISSN 1768-6971

CDD 658

1. Administração 2. Marketing

RAM – Revista de Administração Mackenzie é indexada na base de dados Icap – Indexação compartilhada de Artigos de Periódicos –, na Economia y Negocios, na Business Source Complete e na Fuente Académica da Ebsco; na OEI – CRÉDI – Organización dos Estados Iberoamericanos; na Bibliographie der Rezensionen Wissenschaftlicher-IBZ (International Bibliography of Periodical Literature in the Humanities and Social Sciences); na IBSS – International Bibliography of the Social Sciences (The London School of Economics and Political Sciences); na CLASE – Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades (México); na DARE Databank – UNESCO Social Science; e na LATINDEX – Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Também está disponível no Ulrich's International Periodicals Directory. O código da RAM no Catálogo Coletivo Nacional (CCN) do Ibiict, para solicitações via COMUT, é 096219-8.

Os direitos de publicação desta revista são da Universidade Presbiteriana Mackenzie.
Os textos publicados na revista são de inteira responsabilidade de seus autores.
Permite-se a reprodução desde que citada a fonte e o autor.

Endereço para correspondência:

Revista de Administração Mackenzie
Universidade Presbiteriana Mackenzie
Rua Major Sertório, 733 – São Paulo – SP – CEP 01222-010
Tel.: 55-11-3231-0206 ramal 220
E-mail: revista.adm@mackenzie.com.br

VOLUME 9 • NÚMERO 3 • SÃO PAULO • 2008 • ISSN 1768-6971



REVISTA DE

ADMINISTRAÇÃO

MACKENZIE



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

CONSELHO TÉCNICO-CIENTÍFICO

Adalberto Américo Fischmann – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo
Antonio Delfim Netto – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo
Carlos Alberto Gonçalves – Universidade Federal de Minas Gerais
Clóvis L. Machado-da-Silva – Universidade Federal do Paraná
Luciano Galvão Coutinho – Universidade Estadual de Campinas
Maria Luísa Mendes Teixeira – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Moises Ari Zilber – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Sylvio Popadiuk – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Olavo Egydio Setúbal – Banco Itaú
Ricardo P. C. Lesal – Universidade Federal do Rio de Janeiro
Sônia Maria Rodrigues Calado Dias – Universidade Federal de Pernambuco
Valmíria Carolina Piccinini – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Wilson Toshiro Nakamura – Universidade Presbiteriana Mackenzie

EDITOR ACADÊMICO E COORDENADOR DA REVISTA

WALTER BATAGLIA

COORDENAÇÃO EDITORIAL E GRÁFICA

Silvana Gouvea

PREPARAÇÃO DE ORIGINALS

Maria de Fátima Carneiro A. Madeira

REVISÃO

Carlos Villarruel

PROJETO GRÁFICO E CAPA

Nelson Mielnik e Sílvia Mielnik

DIAGRAMAÇÃO

Et Cetera Editora

S

SUMÁRIO

- 9** POLÍTICA EDITORIAL
- 10** APRESENTAÇÃO
Walter Bataglia
- 11** ATITUDES EM RELAÇÃO A PRODUTOS BRASILEIROS:
UMA INVESTIGAÇÃO COM ESTUDANTES HOLANDESES
Janaina de Moura Engracia Giraldi
Ana Akemi Ikeda
Dirceu Tornavoi de Carvalho
- 38** OS EFEITOS DA PRODUTIVIDADE E ESCALA NO
DESEMPENHO FINANCEIRO DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA
DE INFORMAÇÃO
Luiz Artur Ledur Brito
Fernando Coelho Martins Ferreira
- 58** ESTRATÉGIAS DE *MARKETING* COMO UM DIFERENCIAL NA
ESCOLHA DO SUPERMERCADO DE BAIRRO
Tatiana Silva de Queiroz
Tereza de Souza
Reidson Pereira Gouvinhas

- 85** UM ESTUDO DAS PERCEPÇÕES DE GESTORES E CLIENTES DO SERVIÇO OFERECIDO AOS PEQUENOS VAREJISTAS DO SETOR ALIMENTAR
Domingos Fernandes Campos
- 115** UM ESTUDO SOBRE AS AÇÕES SOCIAIS NO SETOR VAREJISTA NO BRASIL
Francisco José da Costa
Rubens da Costa Santos
- 138** FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NO PROCESSO DE FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE CONSÓRCIOS DE EXPORTAÇÃO NO SETOR DE CONFECÇÕES
Virginia do S. Motta Aguiar
Gesinaldo Ataíde Cândido
Geraldo Maciel de Araújo
- 157** TESTANDO AS PREVISÕES DA *PECKING ORDER THEORY* NO FINANCIAMENTO DAS EMPRESAS BRASILEIRAS: UMA NOVA METODOLOGIA
Robert Aldo Iquiapaza
Hudson Fernandes Amaral
Marina da Silva Borges de Araújo

S

SUMMARY



- 9** PUBLISHING POLICY
- 10** FROM THE EDITOR
Walter Bataglia
- 11** ATTITUDE TOWARDS BRAZILIAN PRODUCTS:
AN INVESTIGATION WITH DUTCH STUDENTS
Janaina de Moura Engracia Giraldi
Ana Akemi Ikeda
Dirceu Tornavoi de Carvalho
- 38** THE EFFECTS OF PRODUCTIVITY AND SCALE ON THE
FINANCIAL PERFORMANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY
COMPANIES
Luiz Artur Ledur Brito
Fernando Coelho Martins Ferreira
- 58** MARKETING STRATEGIES AS A COMPETITIVE FACTOR FOR
LOCAL GROCERY STORES
Tatiana Silva de Queiroz
Tereza de Souza
Reidson Pereira Gouvinhas

-
- 85** A STUDY OF THE MANAGER'S AND CUSTOMER'S PERCEPTIONS OF THE SERVICE PROVIDED TO SMALL BUSINESS RETAILERS IN THE FOOD INDUSTRY
Domingos Fernandes Campos
- 115** A STUDY ABOUT THE SOCIAL ACTIONS IN THE BRAZILIAN RETAIL SECTOR
Francisco José da Costa
Rubens da Costa Santos
- 138** CRITICAL FACTORS OF SUCCESS IN THE PROCESS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF SOCIETY OF EXPORT IN THE SECTION OF MAKINGS
Virginia do S. Motta Aguiar
Gesinaldo Ataíde Cândido
Geraldo Maciel de Araújo
- 157** TESTING THE PECKING ORDER THEORY FORECASTS IN BRAZILIAN COMPANIES FINANCING: A NEW METHODOLOGY
Robert Aldo Iquiapaza
Hudson Fernandes Amaral
Marina da Silva Borges de Araújo



POLÍTICA EDITORIAL

A RAM – *Revista de Administração Mackenzie* é um meio de divulgação dos conhecimentos gerados nos programas de Pós-Graduação do País, preferencialmente aqueles fundamentados em pesquisas empíricas.

Por estar vinculada à Faculdade de Ciências Econômicas, Contábeis e Administrativas e ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, abriga temas ligados à gestão de pessoas, que compreendem assuntos referentes à teoria organizacional, cultura e valores dos executivos, capital intelectual, organizações de aprendizagem, mudança organizacional, educação na organização; à valorização empresarial que envolve assuntos referentes à relação preço-custo, financiamentos e investimentos, fusões e aquisições, governança corporativa, gestão de valoração de empresas, finanças comportamentais, contabilidade estratégica e gerencial; e temas relacionados à gestão e ao desenvolvimento de mercados que abordam assuntos referentes ao atendimento de clientes, vantagem competitiva, concorrência, inteligência estratégica, administração da cadeia de suprimentos, inovação, diversificação de negócios, administração de canais de distribuição, ERP, CRM e *marketing*.

Os assuntos aqui indicados não são exclusivos, podendo ser aceitos artigos que estejam fora destes, desde que tratem de temas concernentes à gestão empresarial.

É uma revista trimestral que adota as normas da ABNT quanto à apresentação de artigos, das referências bibliográficas e das citações em documentos. E procura atender também especificamente às regras e normas constantes e emanadas do sistema Qualis da Capes da área de Administração.