

Prezados leitores,

Esta edição especial da RAC é dedicada à área de Marketing, assim os sete artigos que constituem este número da revista dedicam-se a cinco grandes temas da área, quais sejam: o consumidor no ambiente virtual; o relacionamento em canais de Marketing; a microcultura e a mídia de massa; a insatisfação do consumidor e as decisões de localização no ambiente de varejo.

Nesse sentido, o leitor encontrará na temática ‘O consumidor no ambiente virtual’ os seguintes artigos: **Um estudo empírico dos determinantes da adoção de internet banking entre não usuários brasileiros**, de autoria de José Mauro da Costa Hernandez e José Afonso Mazzon, **As comunidades virtuais e a segmentação de mercado: uma abordagem exploratória utilizando redes neurais e dados da comunidade virtual Orkut**, de autoria de Edar da Silva Añaña, Leandro Maurício Medeiros Vieira, Martin de La Martinière Petroll, Renan Petersen-Wagner e Ricardo Simm Costa e **Um modelo dos antecedentes da lealdade no varejo eletrônico**, de Valter Afonso Vieira e Luiz Antonio Slongo.

O tema ‘O relacionamento em canais de Marketing’ traz o artigo **A influência do formato de varejo sobre a intenção de continuidade do relacionamento entre varejistas de moda e seus fornecedores**, de Elias Frederico e André Ricardo Robic; já ‘A microcultura e mídia de massa’ inclui o artigo **Interpretações sobre os retratos dos afrodescendentes na mídia de massa**, de Claudia Rosa Acevedo e Jouliana J. Nohara.

Em relação ao tema ‘A insatisfação do consumidor’, o assunto é discutido no artigo **As conseqüências comportamentais da insatisfação dos clientes**, de Daniel Von der Heyde Fernandes e Cristiane Pizzutti dos Santos; enquanto o artigo **Fatores de localização de postos de combustíveis em Fortaleza**, de autoria de João Adamor Dias Neves e Átila Mendes Costa, comenta ‘As decisões de localização no ambiente de varejo’.

Espera-se com esta edição especial de Marketing encorajar pesquisadores da área a submeterem cada vez mais seus artigos para publicação, por fim desejo a todos uma boa leitura!

Carlos Alberto Vargas Rossi
Coordenador da Divisão Acadêmica de
Marketing da ANPAD