

## **Editorial**

A edição número 2 de 2011 da Internext apresenta oito artigos. Dois artigos discutem de forma genérica questões específicas do processo de internacionalização. São eles: “A decisão de internacionalizar” de Nadia Wacila Hanania Vianna e Sheila Regina Almeida que discute o processo decisório da estratégia de internacionalização; e “Estratégias de internacionalização e de inovação como diferenciais para a expansão de uma empresa multinacional” de Nelson Roberto Furquim e Edmur Caniato Arantes.

Três artigos discutem aspectos relacionados a internacionalização das multinacionais brasileiras. Em “Os desafios do processo de expatriação no cenário sino-brasileiro: o caso da Weg S.A. na China” de Janaina Mortari Schiavini, Flavia Luciane Scherer, Gilnei Luiz de Moura e Italo Fernando Minello apresenta os desafios da expatriação de funcionários de uma multinacional brasileira para sua filial na China. “Vantagens Competitivas dos Frigoríficos Brasileiros no Processo de Internacionalização” Francisco Américo Cassano, Gabriel Veronese, Juliana Rosa dos Santos, Karla Cristiane da Silva Siqueira Santos, Mayra Montero Dias e Ricardo de Almeida Moreira Teles discute a internacionalização dos frigoríficos brasileiros. Acompanhando o artigo anterior, Vanderlei José Sereia, Marcia Regina Gabardo da Camara e Saulo Fabiano Amâncio Vieira apresentam “A Trajetória Competitiva e a Internacionalização da Empresa Perdigão”.

Ainda discutindo a internacionalização, contudo no âmbito latino americano Pedro Lucas de Resende Melo e Mafalda Melta Augusto Mussengue apresentam o artigo “A Atuação Mexicana e Espanhola no Segmento de Telecomunicações na América Latina”.

Em “Será o Fim do Papel? Os Avanços Tecnológicos e seus possíveis Impactos no Consumo de Papel” de Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes, Alexandre Cappelozza e Fernando de Souza Meirelles a Internext abre espaço para uma discussão acerca relação entre a tecnologia e a sustentabilidade em âmbito mundial.

Por fim, Laura Melo Miranda e Davi Arruda Araújo apresentam um artigo de marketing internacional que discute o marketing olfativo numa empresa multinacional em “O marketing olfativo e o julgamento da qualidade do ambiente: um experimento em uma empresa de serviços de hospedagem”.

Desejo a todos uma ótima leitura

Felipe Mendes Borini

Editor Adjunto