



## Editorial

Nesta terceira edição de 2017, período set/dez/17, nossos leitores terão o prazer de ler oito artigos. Quanto aos temas um se refere à inovação, outro ao empreendedorismo, um em modelagem organizacional e cinco referentes à marketing (quatro de comportamento do consumidor e um de identidade visual). Prevalece, então, neste número, a área de marketing. Quanto aos setores, seis focam na área privada e dois na área pública, prevalecendo a primeira. Quanto às atividades os artigos estão distribuídos em serviços de moda, consumo feminino, produtos falsificados de luxo, *shoppings*, *facebook*, judiciário e instituição de ensino, mostrando diversidade. Todos os oito artigos estão escritos em língua portuguesa, apesar de se saber que começa um tendência/motivação dos autores em escreverem em língua inglesa. No que se refere ao modo de referenciar, dois artigos são escritos em modalidade APA e seis em ABNT, mas nota-se que os autores começam a escrever em modo APA para poder ficarem mais alinhados com os artigos de periódicos internacionais. Dos seis trabalhos cinco são *surveys* e dois são estudos de caso. O que se sabe na literatura é o início de artigos experimentais, mas a predominância ainda é de estudos *surveys*. Dos oito trabalhos, sete são teórico-empíricos e um é de caso de ensino. A RCA aceita caso de ensino e faz parte de poucos periódicos nacionais que privilegiam esta modalidade. Dos trabalhos apresentados, cinco usam metodologia quantitativa e três metodologia qualitativa, consolidando a preferência nacional em estudos quantitativos, pelo menos em direção a essa modalidade. Esperamos que nossos leitores apreciem nossa produção em 2017.

