



## Editorial

Nesta segunda edição de 2018, período mai/ago/18, apresentamos oito artigos. Quanto às áreas de estudo, dois são de marketing, dois de inovação/economia criativa, um de gestão, um de recursos humanos, um de contabilidade e um responsabilidade social, prevalecendo estudos de marketing e inovação nesta edição. Quanto aos temas tem-se na área de marketing (*consumer marketing theory*/ comportamento do consumidor), na inovação (capacidade absorptiva e avaliação de desempenho), gestão e recursos humanos (indicadores de avaliação de desempenho e valores pessoais e profissionais), na contabilidade (práticas de insolvência) e na responsabilidade social (práticas no terceiro setor). Dos oito trabalhos, quatro são referente ao setor privado, três são públicos e privados e um especificamente ao setor públicos (caso da IES). Quanto às atividades há uma diversidade sendo (geral, ovino, varejo, empresas na Bovespa, terceiro setor, Instituições de ensino, produtor cultural e secretariado). Todos os oito trabalhos foram escritos em português, sendo sete no modo ABNT e um no modo APA. Dos trabalhos publicados nesta edição seis são teórico-empíricos, um é ensaio e um caso de ensino. Finalmente, quanto às técnicas de análise, três usam técnicas quantitativas, três usam qualitativas e dois quali-quantitativas.

É de se esperar que a RCA comece a receber e publicar trabalhos em língua inglesa nos próximos números para que aceleremos nosso processo de internacionalização.