Editorial

Prezados leitores, é com muita satisfação que publicamos a segunda edição do terceiro volume da Revista Brasileira de Gestão e Inovação – *Brazilian Journal of Management & Innovation*, abrindo o terceiro ano de existência e com o enquadramento Qualis – Administração B3. Nesta nova edição, contamos com seis artigos, com os temas – marketing, empreendedorismo, comportamento do consumidor, confiança, inovação e economia criativa.

No primeiro artigo os autores, Lucas Roecker Lazarin e Luiz Antonio Slongo, abordam investimentos em comunicação midiática em marketing, considerando aspectos relativos aos gastos financeiros e ao *ad avoidance*. No segundo artigo, Renata Saavedra Castro Trindade, Robson Moro Aioffi, Emerson Wagner Mainardes e Sarah Venturim Lasso visam definir o processo de decisão de compra do consumidor.

No terceiro artigo os autores, Valcir Marcilio Farias também aborda o comportamento do consumidor. No quarto artigo, os autores Saturnina Alves da Silva Martins, Claudia Rosa de Moura Velozo e Ernesto Michelangelo Giglio abordam modelo conceitual de relações sociais de confiança e comprometimento no contexto do marketing público.

No quinto artigo, o autor José Pereira Mascarenhas Bisneto visa aproximar os principais pontos que traduzam a essência da inovação. Por fim, no sexto artigo, os autores Patrícia Gêmily Grenfell Oliveira, Renata Aquino Ribeiro, Augusto C. A. Cabral e Sandra Maria Santos visam identificar, por meio de um estudo de caso, as principais características de uma empresa de design no Ceará, os impactos de suas atividades e suas dificuldades dentro da economia criativa.

Desejamos a todos que essa seja uma leitura proveitosa, contribuindo para as vossas pesquisas, estimulando o avanço do conhecimento no campo da gestão.

Muito obrigado e boa leitura.

Editorial

Dra. Maria Emilia Camargo, Dr. Fabiano Larentis, Dr. Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo

Editores,

Dra. Maria Emilia Camargo

Dr. Fabiano Larentis

Dr. Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo