

## Editorial

Caros leitores,

É com muita satisfação que estamos lançando a primeira edição da CBR – Consumer Behavior Review. Essa conquista não teria sido possível sem a ajuda dos professores e pesquisadores envolvidos no conselho e comitê editorial, dos avaliadores e, principalmente, dos autores que acreditaram na proposta da revista e enviaram seus artigos para avaliação.

Os artigos publicados nesta primeira edição versam sobre a temática de escopo da revista, com temas específicos do comportamento do consumidor. O primeiro artigo, de autoria de Leonardo Aureliano-Silva, buscou analisar o efeito da marca de eventos musiciais, com diferentes níveis de congruência, na intenção de comprar o ingresso e na percepção da qualidade do evento.

O segundo artigo, de Marcia Horowitz Vieira, Clecio Falcão Araujo e Claudio Hoffmann Sampaio, visou compreender como o marketing está utilizando a teoria do pensamento inconsciente (Unconscious Thought Theory - UTT) com o intuito de expandir o conhecimento e abrir novas

perspectivas para o campo do comportamento do consumidor.

Os autores Diogo de Sousa Guerra, Verónica Lúdia Peñaloza, Izabelle Quezado e Mirna Maia de Araújo, no terceiro artigo, trataram das relações existentes entre traços de personalidade, compra impulsiva (CI) e compra compulsiva (CC). Além disso, os estes autores também buscaram comparar os resultados com os achados de Sun, Wu, Youn (2002).

No quarto artigo, os autores Kavita Miadaira Hamza, Vitor Koki da Costa Nogami e Josmar Andrade trataram do assunto de empresas éticas e corruptas. Os autores abordaram as intenções de compra dos indivíduos em relação as promoções de preço e ao perfil das empresas, éticas ou corruptas.

Por fim, gostaríamos de agradecer a todos os envolvidos nessa empreitada e reforçamos o convite para que os pesquisadores da área do comportamento do consumidor submetam seus artigos para avaliação e possível publicação na CBR.

Desejamos a todos uma boa leitura dessa primeira edição.

Prof. Dr. Marconi Freitas da Costa  
Editor-Chefe da CBR