

Editorial

Caros leitores,

O primeiro artigo desta quinta edição é dos autores Matheus Lemos de Andrade, Ramon Silva Leite e Debora Cesar e Sousa e buscou explicar os elementos que influenciam a propensão ao consumo de falsificados, a partir das características demográficas e éticas dos consumidores.

O segundo artigo teve como objetivo entender, no modelo de negócio da empresa Uber, como os colaboradores entendem o sentido de consumo colaborativo proposto pela organização. Esta pesquisa é assinada pelos autores Lucas Silva Siqueira, Antonio Messias Valdevino, Livia Nogueira Pellizzoni e Thiago Assunção de Moraes.

Por sua vez, o terceiro artigo, de autoria de Thays Martins do Nascimento, delineia uma estrutura conceitual que se baseia nas normas sociais, valores e atitudes pró-ambientais para promover um comportamento pró-ambiental

com contribuições para a pesquisa transformativa do consumidor de bem-estar pessoal e coletivo.

No quarto artigo os autores Luthieli Lopes dos Santos e Gustavo da Rosa Borges analisaram quais as variáveis são mais relevantes para os consumidores de carne ovina no município de Dom Pedrito-RS, tendo como objetivo, analisar suas percepções, verificar quais os fatores possuem maior relevância para o consumo da carne, e qual a relação das variáveis com a frequência de consumo.

Assim, gostaríamos de agradecer os autores pela escolha da CBR para ser o canal de divulgação das pesquisas que foram desenvolvidas, como também agradecer aos avaliadores pelos trabalhos voluntários de revisões dos artigos.

Boa leitura!

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