

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

24/10/2019 – Quinta-feira Horário: 11h30min – 12h30min

Educação Financeira e Risco Moderador: Emílio J. M. Arruda Filho, UNAMA/FUMEC

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|----------|
| 7292 | Características do indivíduo e do produto moderando a relação entre a percepção de risco e a intenção de consumo por tecnologias realmente novas | Patrícia Leite Scatulino*, FUMEC Emílio J. M. Arruda Filho, UNAMA/FUMEC | Sala 901 |
| 7313 | O papel da educação financeira no endividamento: Estudo de servidores de uma instituição pública de ensino do estado de São Paulo | Gabriela Martins Dos Santos, IFSP - Caraguatatuba Marlette Cassia Oliveira Ferreira, IFSP-CAR Flavio Santino Bizarrias, UNINOVE Jussara da Silva Teixeira Cucato*, ESPM Jussara Goulart da Silva, UFU | |

Consumo Sustentável e Responsabilidade Social Moderador: Thelma Valéria Rocha, ESPM

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|----------|
| 7137 | O papel dos benefícios autoexpressivos no comportamento de consumo verde: A compra de um carro híbrido | Manoela Costa Policarpo, UFCG Edvan Cruz Aguiar*, UFCG | Sala 904 |
| 7160 | Influência da responsabilidade social corporativa na imagem de marca: Uma revisão de literatura para o desenvolvimento de escala de mensuração | Márcio Ribeiro da Fonseca*, ESPM Paula Sut da Silveira, ESPM Thelma Valéria Rocha*, ESPM | |
| 7162 | Logística reversa de resíduos na geração de ganhos competitivos: Um estudo de caso em uma empresa siderúrgica brasileira | Christienne Lopes Silva, CUU Daniela Aparecida Quintaneiro*, CUU Caissa Sousa Veloso, CUU Alexandre Gomes Nick, CUU | |

Persuasão Moderador: Evandro Lopes, UNINOVE e UNIFESP

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|----------|
| 7110 | As teorias de persuasão constantes na literatura acadêmica e a proposta da teoria da verdade | Lucas Coimbra Araújo*, FUMEC Cid Gonçalves, FUMEC | Sala 908 |
| 7113 | As teorias e as estratégias de persuasão no contexto da comunicação de Marketing | Lucas Coimbra Araújo*, FUMEC Cid Gonçalves, FUMEC | |
| 7146 | Efeito placebo no Marketing: O papel da moderação da persuasão por autoridade | Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE e UNIFESP Eliane Herrero*, UNINOVE Daielly Melina Nassif Mantovani Ribeiro, USP | |

Lealdade e Percepções de Marca**Moderador: Judson da Cruz Gurgel, UFERSA**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|----------|
| 7138 | Percepções de personalidade da marca na intenção de compra: uma análise comparativa entre grupos de alta e baixa renda | Mauro Luiz Nogueira Júnior*, FUMEC Henrique Cordeiro Martins, FUMEC | Sala 909 |
| 7205 | A lealdade das mulheres às <i>fashion brands</i> : A marca Zara | Alzira Maria Ascensão Marques*, ESTG, Politécnico de Leiria Pedro Manuel do Espírito Santo, ESTGOH/IPC Alcina Teresa Gaspar Ferreira, ESTG, Politécnico de Leiria | |
| 7286 | Lealdade do consumidor às marcas: Um estudo comparativo entre os fãs da Marvel e DC Comics | Judson da Cruz Gurgel*, UFERSA Maria Isabelle Bessa Machado, UFERSA José Anízio Rocha de Araújo, UFERSA Maria Lília Rodrigues de Matos, UFERSA Isabele Pontes Regis, UFERSA | |

Tecnologia e Varejo Digital**Moderador: Lucas Teixeira, FEA/USP**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|----------|
| 7172 | Mais tecnologia em lojas físicas aumenta a intenção de compra? O efeito indireto do ambiente tecnológico | Arthur França Sarcinelli*, UFES Luiza Marciano Timm*, UFES Marcelo Moll Brandão, UFES Alamir Costa Louro, UFES | Sala 910 |
| 7177 | Tecnologia no varejo e o comportamento do consumidor: A percepção da terceira idade | José Munhoz Fernandes, CEUB-ITE Elis Angela dos Anjos, CEUB-ITE Adriana Bastos Costa, CEUB-ITE José Ricardo Scareli Carrijo*, CEUB-ITE Paulo Sérgio Rosalim Moreno, CEUB-ITE | |
| 7202 | A primeira experiência de <i>Smart Retailing</i> na América Latina | Lucas de Vasconcelos Teixeira*, FEA/USP Ligianne Carvalho da Silva Dâmaso, FEA/USP Nuno Manoel Martins Dias Fouto, FEA/USP | |

Redes Neurais e Métricas de Varejo**Moderador: Eduardo Francisco, FGV EAESP**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|-----------|
| 7204 | Implicações na filosofia da ciência a partir da utilização de redes neurais artificiais | Carlos Kazunari Takahashi*, ESPM Marcos Amatucci, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM | Sala 1004 |
| 7249 | Indicadores do varejo alimentício: Evolução nas pesquisas na última década | Lenoir Hoeckesfeld, UNIVALI e IFMT Jackson Cittadin*, SENAC-SC Ricardo Luiz Barcelos, SENAC-SC Roseli Jenoveva Neto, SENAC-SC Leonardo Chaves, USJ | |
| 7281 | Construção de sistema de recomendação de produtos e análise das métricas das regras de associação para um <i>marketplace</i> online do varejo de alimentos | Eduardo de Rezende Francisco*, FGV EAESP Bruno Cezar Tranquillini, FGV Management e Banco Itaú-Unibanco Bruno Brito Pereira de Souza*, FGV Management Fábio Ribeiro Leal, FGV Management | |

Varejo Online Moderador: Cleber Cervi, UFRGS

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7115 | Análise do marketing boca-a-boca online da campanha mercadológica da marca de luxo Louis Vuitton no segmento de perfumes através da rede formada no Twitter | Maria Jose Vieira Felicio*, FEA-RP/USP Evandro Marcos Saidel Ribeiro, FEA-RP/USP | Sala 1007 |
| 7150 | A relação do uso <i>mobile</i> para usuários de serviços de <i>streaming</i> | Ricardo Limongi França Coelho*, UFG Clauber César Lopes Quintino, UFG Marcos Inácio Severo de Almeida, UFG Daiana Paula Pimenta, UFG | |
| 7243 | Como limites visuais entre produtos versus entre atributos diminuem o adiamento da escolha | Cleber Cervi*, UFRGS | |

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

24/10/2019 – Quinta-feira Horário: 14h00min – 15h00min

Canais de Venda Moderador: Leandro Guissoni, FGV EAESP

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|-----------|
| 7196 | Como direcionar as motivações dos representantes de venda direta? Um modelo teórico abrangente usando a teoria da expectativa | Josiane Garcelli Schunck*, FGV EAESP Leandro Angotti Guissoni*, FGV EAESP Carlos Eduardo Lourenço*, FGV EAESP | Sala 1004 |
| 7213 | <i>Omnichannel</i> , da ênfase no comportamento do consumidor ao impacto organizacional: Um levantamento bibliométrico sob a ótica do marketing. | Marcelo Lisboa Pereira*, UFSC Martin De La Martiniere Petroll, UFSC Gabriela Gonçalves Silveira Fiates, UFSC | |
| 7261 | A logística para estratégia <i>omnichannel</i> : Uma revisão bibliográfica sistemática | Leonardo Caixeta de Castro Maia*, UFU Renata de Souza Franco, UFU | |

English Session | Online Reviews & Social Media USP

Moderador: Eduardo Eugênio Spers,

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7106 | The online engagement and the role of digital influencers in the product endorsement on Instagram | Marianny Jessica de Brito Silva*, UFPE Salomão Alencar de Farias, UFPE Michelle Helena Kovacs Grigg, Breda University of Applied Sciences Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa, UFPE | Sala 1005 |
| 7122 | The effect of online reviews and comments on the intention of visiting restaurants: An experimental study | Leonardo Aureliano-Silva*, Universidade Anhembi-Morumbi César Augusto Biancolino, Universidade Anhembi-Morumbi Eduardo Eugênio Spers*, USP | |
| 7178 | Consumers' online brand related activities on WeChat: the role of social media marketing efforts | Mauro José De Oliveira*, FEI Man Lai Cheung, FEI Guilherme D. Pires, Division of Business and Management, Beijing Normal University-Hong Kong Baptist University United International College, China Philip J. Rosenberger III, Newcastle Business School, University of Newcastle, Australia | |

English Session | Experimental Design Moderador: Lélis Balestrin Espartel, PUCRS

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|-----------|
| 7156 | Human model pictures in e-commerce: Exploring the effect of self-image on product choice and consumers' purchase intention | Francine Zanin Bagatini*, IMED Eduardo Rech, IMED Rafael Luis Wagner, IMED | Sala 1006 |
| 7252 | The more tangible the better? Assessing the different forms of tangibility on donations | Lucia Barros*, FGV EAESP Julia Von Schuckmann, Esade Business School Felipe Araujo, CESUPA | |
| 7257 | Does getting a better deal makes me honest? The effect of compensation on intentions to adopt moral behavior | Simoni Rohden*, UFRGS / UNISINOS Lélis Balestrin Espartel*, PUCRS | |

Comportamento de Compra Moderador: Evandro Luiz Lopes, UNINOVE

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|-----------|
| 7244 | Fatores que moderam a relação do estado de humor do consumidor com o comportamento impulsivo de compra | Ronny Luis Sousa Oliveira*, UNAMA Emílio J. M. Arruda Filho*, UNAMA/FUMEC | Sala 1007 |
| 7274 | A influência do endosso de celebridades esportivas estrangeiras e nacionais na intenção de compra de produtos | Francielih Dorneles Silva, UFV Natália Ferreira Dimas, UFV André Francisco Alcântara Fagundes, UFU Gabriel Toshio Yamauchi*, UFV | |
| 7288 | O efeito moderador da motivação do consumo hedônico e/ou utilitário no comportamento de compra por impulso no varejo | Maurício Alves Rodrigues Pugas*, UNINOVE Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE | |

Consumo Hedônico Moderador: Marcio Mota, UECE

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|-----------|
| 7132 | Segmentation and drivers of beer consumption in the Brazilian market | Sergio W. Carvalho*, Rowe School of Business - Dalhousie University Marcio Mota, UECE Lucas Lopes de Souza, UECE Felipe Gerhard Paula Sousa, UECE Marcos Alexander Brasil Ferreira, UECE | Sala 1101 |
| 7227 | <i>Luxury Consumption Tendency Scale</i> (LCTS): Adaptação e validação de instrumento para o contexto brasileiro | Manoel Bastos Gomes Neto, UFCA Lucas Emmanuel Nascimento Silva*, UFCA Patrick Wendell Barbosa Lessa*, UFCA Jailson Santana Carneiro, UFCA Rebeca da Rocha Grangeiro, UFCA | |

Varejo Brasileiro**Moderador: Matheus Ferreira, UFCA**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7151 | Recebi reclamação do meu serviço prestado, e agora? Um estudo de caso em uma pizzaria na região do Cariri Cearense | Rodrigo Oliveira Pimentel, UFCA Milena Sousa Rodrigues, UFCA Mayara Alves Ramos, UFCA Letícia Linhares Saraiva de Alencar*, UFCA Beatriz Gondim Matos, UFCA | Sala 1102 |
| 7226 | Mídias sociais como diferencial competitivo no comércio varejista de confecções em Rondônia | Raul Afonso Pommer Barbosa, Unir Suzana Maria Carvalho*, Unir Carlos André da Silva Müller, Unir | |
| 7305 | A experiência de compra do consumidor supermercadista: Um estudo entre supermercados de uma cidade do interior do Rio Grande do Norte | Judson da Cruz Gurgel*, UFERSA Rachel Leite Klíbis Araújo, UFERSA José Anízio Rocha de Araújo, UFERSA | |

Percepção**Moderador: Edvan Cruz Aguiar, UFCG**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|-----------|
| 7153 | <i>Black Friday</i> e natal: O que pensam os consumidores brasileiros sobre as compras de final de ano | Alberto Guerra*, USP Nuno Fouto, USP | Sala 1209 |
| 7165 | O papel da similaridade percebida no comportamento do consumidor: Um estudo em barbearias conceito | Manoela Costa Policarpo, UFCG Matheus Lôbo Trigueiro, UFCG Edvan Cruz Aguiar*, UFCG | |
| 7174 | A percepção de valor do ambiente de loja online e seu impacto na decisão de compra de serviços de turismo: O papel mediador da atitude | Arthur França Sarcinelli*, UFES Hanna Spanhol Lind, UFES Marcelo Moll Brandão, UFES Larissa Alves Sincorá, UFES | |

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

24/10/2019 – Quinta-feira Horário: 15h15min – 16h15min

Satisfação e Lealdade do Consumidor

Moderador: Valter Afonso Vieira, UEM

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|-----------|
| 7166 | A inovação na explicação da lealdade: Extensão do modelo ACSI | Eduardo Mesquita de Sousa*, UNINOVE Eliane Herrero, UNINOVE Evandro Luiz Lopes, UNINOVE e UNIFESP Priscila Rezende da Costa, UNINOVE | Sala 1004 |
| 7266 | Avaliação da satisfação em relação ao nível de serviço logístico das empresas de bebidas de Uberlândia | Leonardo Caixeta de Castro Maia*, UFU/FAGEN Marcelo Fonseca Barboza, UFU/FAGEN | |
| 7272 | O impacto da autocongruência e da satisfação no valor percebido em <i>shopping center</i> | Rhuann Thadeu Destro*, UNINOVE Luis Fernando Varotto, UNINOVE Daniela Modolo Ribeiro De Gouvea, UNINOVE | |

Mídias Sociais

Moderador: Ricardo Limongi, UFG

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7175 | Vamos planejar suas publicações no Instagram? Os efeitos do estímulo da mensagem nos resultados financeiros | Ricardo Limongi França Coelho*, UFG Alessandra Cristina Gomes, UFG Rafael Barreiros Porto, UFG Daiana Paula Pimenta, UFG André Luiz Barbosa da Silva, UFG | Sala 1005 |
| 7255 | <i>Machine learning</i> e a detecção de <i>bots</i> no Twitter | Norberto Almeida de Andrade*, FMU Giuliano Carlo Rainatto*, FMU Fernando Rodrigues da Silva, FMU | |
| 7260 | Visão computacional e <i>business intelligence</i> no segmento de beleza: Uma análise através do Instagram | Norberto Almeida de Andrade*, FMU Giuliano Carlo Rainatto, FMU Fernando Rodrigues da Silva, FMU | |

Casos de Ensino

Moderador: Viviane M. R. Ferreira, FGV EAESP

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|-----------|
| 7253 | O <i>e-commerce</i> como alternativa para a expansão do setor varejo supermercadista | Simoni F. Rohden*, UFRGS / UNISINOS Rodrigo Gutterres, UNISINOS | Sala 1006 |
| 7268 | Energia em dobro: Os desafios de uma <i>startup</i> no varejo brasileiro | Viviane Moura Rocha Ferreira*, FGV EAESP Victor Comper, DOBRO Carlos Ronaldo Ferreira*, Cia Técnica Consulting | |
| 7279 | Vogel & Penz: A largada para um sonho concreto | Michelle Thums, IFRS Cristina Ceribola Crespam, IFRS Camila Werner Vogel*, IFRS Fernanda Fadanelli*, IFRS | |

Branding**Moderador: Gustavo Valadares, IFSULDEMINAS, UFLA**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7214 | A influência da reputação da marca e das recomendações do comércio social na intenção de compra pela internet: Um estudo com agências de viagens online | Edar da Silva Añaña*, UFPEL Cláudia Rodrigues Maia, UFRGS Guilherme Lerch Lunardi, FURG Décio Bittencourt Dolci, FURG | Sala 1007 |
| 7290 | Antropomorfização de marca: Parecer humana pode influenciar na fidelização do consumidor? | Carlos Eduardo Lourenco, FGV EAESP Juliana Correa Ferreira*, FGV EAESP Laura Cecchini Freitas, FGV EAESP | |
| 7307 | Consumo de produtos de marcas próprias em uma rede supermercadista de minas gerais: um estudo de caso | Gustavo Clemente Valadares*, IFSULDEMINAS, UFLA Thales Marden Silva Salgado, UFLA Ederson Aparecido de Oliveira, UFLA Mara Mônica Rodrigues de Souza, UFLA Daniel Carvalho de Rezende, UFLA | |

Ensaaios Teóricos**Moderador: Juliana M. Batista, EAESP-FGV**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7221 | Consumer Culture Theory (CCT): A literature review | Manoel Bastos Gomes Neto, UFCA Lucas Emmanuel Nascimento Silva*, UFCA Rebeca da Rocha Grangeiro, UFCA Jailson Santana Carneiro, UFCA | Sala 1102 |
| 7254 | Augmented reality in marketing: Propositions for future research | Juliana Moreira Batista*, FGV EAESP Annaysa Salvador Muniz Kamiya*, FEI Jussara da Silva Teixeira Cucato, ESPM Delane Botelho, FGV EAESP | |
| 7310 | Contagion in consumer behavior: An essay about evolution, nature and insights for future research | Graziele Camargo Kemmerich*, UFRGS | |

Tomada de Decisões Coletivas e Identidade**Moderador: João Henriques S. Júnior, UFSC**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7181 | Desempenho e comparecimento no estádio: Uma análise de clubes do futebol brasileiro | Lucas Gabriel Heimann*, IFRS | Sala 1209 |
| 7190 | Tomada de decisão em grupo: Uma revisão sistemática | Fabiano Vargas Tavares*, PUCRS | |
| 7291 | Identidade e cultura de consumo: Uma visão geral sobre o domínio "projetos de identidade do consumidor" | João Henriques de Sousa Júnior*, UFSC Miriam Leite Farias, UFPE Daniela Gomes Alcoforado, UFPE Bianca Gabriely Ferreira Silva, UFPE Luana Alexandre Silva, UFPE | |

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

25/10/2019 – Sexta-feira

Horário: 08h45 – 09h45

Liderança e Cultura Organizacional Moderador: Roseli Morena Porto, FGV EAESP

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|----------|
| 7126 | Framework Scrum como instrumento de integração de equipes | Cleice de Pontes Bernardo, UNIR Rwrsilany Silva, IFRO Raul Afonso Pommer Barbosa*, UNIR Saiane Barros de Souza, IFRO | Sala 807 |
| 7127 | Processo criativo e fatores ambientais como estímulo à cultura de inovação na administração pública | Rwrsilany Silva, IFRO Cleice de Pontes Bernardo, UNIR Raul Pommer Barbosa*, UNIR | |
| 7203 | Análise comparativa dos traços de personalidade de empreendedores e gerentes | Raul Afonso Pommer Barbosa*, UNIR Osmar Siena, UNIR | |

Intenção de Compra Moderador: Alzira Marques, ESTG

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7201 | A influência dos <i>online customer reviews</i> na intenção de compra | Alzira Maria Ascensão Marques*, ESTG, Politécnico de Leiria Miguel Filipe de Sousa Loureiro, ESTG, Politécnico de Leiria Alcina Teresa Gaspar Ferreira, ESTG, Politécnico de Leiria | Sala 1004 |
| 7222 | Purchase intention on green communities | Marcelo Curth*, Feevale Alexandre Borba Silveira, Fapa Juciele Pires Pinheiro, Fapa | |
| 7223 | Antecedentes da intenção de recompra em aplicativo de hospedagem | Marcelo Curth*, Feevale Barbara Diogo de Paula, UniRitter | |

Aspectos Culturais de Consumo e Estilo de Vida Moderador: Dirceu T. de Carvalho, FEA-RP/USP

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|-----------|
| 7136 | Afinal, o que é estilo de vida alimentar? Reflexões sobre o conceito e construto <i>food-related lifestyle</i> (FRL) | Bruna Ferreira Jungles, UNESP Dirceu Tornavoi de Carvalho*, FEA-RP/USP Sheila Farias Alves Garcia, UNESP | Sala 1006 |
| 7264 | Os desafios do pesquisador etnográfico no ambiente digital | André Luiz Barbosa da Silva*, UFG Ricardo Limongi França Coelho*, UFG | |
| 7315 | A importância da acessibilidade para a percepção de qualidade e satisfação do consumidor com deficiência | Mariana Conceição De Camargo Campos, IFSP-CAR Marlette Cassia Oliveira Ferreira, IFSP-CAR Jussara Da Silva Teixeira Cucato*, ESPM Flavio Santino Bizarrias, UNINOVE Jussara Goulart Da Silva, UFU | |

Varejo Físico e Virtual**Moderador: Maurício Morgado, FGV EAESP**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|-----------|
| 7155 | O contexto do e-commerce no Brasil: Análise do desempenho do varejo online no período de 2003 a 2018 | Francine Zanin Bagatini*, IMED Claudionor Guedes Laimer, IMED | Sala 1102 |
| 7232 | Do ambiente físico ao virtual: Os efeitos de cupom de desconto e sorteio sobre a adesão ao perfil do Instagram de um <i>steakhouse</i> | Thiago Abreu Soares de Pina*, UnB Carla Peixoto Borges, UnB | |
| 7277 | Entre muito pouco e demais: Um experimento sobre o paradoxo da escolha em um varejo | Maurício Gerbaudo Morgado*, FGV EAESP Nelson Lerner Barth*, FGV EAESP Thiago Costa Belisário*, FGV EAESP | |

**English Session | Structural Equation Modeling
Universidade Anhembi-Morumbi****Moderador: Leonardo Aureliano-Silva,**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7120 | The role of commercial hospitality on customer's behavioral intention: A proposed model for foodservice retail | Leonardo Aureliano-Silva*, Universidade Anhembi-Morumbi Anne Powell, Kings Education - Business and Hospitality - United Kingdom Carlos Alberto Alves, Universidade Anhembi-Morumbi | Sala 1206 |
| 7154 | Consumer engagement with specific brand and as a general measure: Relationship and benefits for companies and consumers | Matheus Ferreira*, UFCA Felipe Zambaldi, FGV EAESP | |
| 7219 | The Brazilian player of League of Legends: Profile and playing motivation | Lucas Emmanuel Nascimento Silva*, UFCA Patrick Wendell Barbosa Lessa*, UFCA | |

Varejo de Moda**Moderador: Cláudia Buhamra Abreu Romero, UFC**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7149 | Análise comparativa das estratégias de design de loja e merchandising visual em lojas de vestuário brasileiro | João Henriques de Sousa Júnior*, UFSC Janaína Gularte Cardoso, UFSC Gabriel Horn Iwaya, UFSC | Sala 1209 |
| 7275 | A influência do atributo sustentável na moda: Uma análise do comportamento do consumidor | Francielih Dorneles Silva, UFV Gabriel Toshio Yamauchi*, UFV Lara Luíza Silva, UFV | |
| 7294 | "Se avexe não": Os perfis de orientação ao <i>slow fashion</i> do consumidor cearense | Érica Maria Calíope Sobreira, UFC Clayton Robson Moreira da Silva, UFC Claudia Buhamra Abreu Romero*, UFC | |

Experiências e Percepções do Consumidor**Moderador: Igor Gammarano, UNAMA**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|---------------|---|--|----------------------|
| 7247 | <i>Top of mind e brand equity</i> das marcas de refrigerante na percepção dos consumidores em redes sociais | Marfisa Carla de Abreu Maciel Castro*, UNIFOR Rubens Carlos Rodrigues, UNIFOR Ana Fábria Tinôco Araujo, UNIFOR José Sarto Freire Castelo*, UNIFOR | Sala FGV 09 de Julho |
| 7270 | Influência social e mobilidade individual: Gerando engajamento do consumidor e experiências positivas com a marca | Daniela Menezes Garzaro*, UNINOVE Luiz Fernando Varotto, UNINOVE Samara Carvalho Pedro, UNINOVE Marcelo Carvalho, UNINOVE | |
| 7276 | <i>Follow-me</i> : Análise dos construtos que influenciam na tomada de decisão de seguidores ligados a influenciadores digitais no contexto virtual | Igor de Jesus Lobato Pompeu Gammarano*, UNAMA Everaldo Marcelo Souza da Costa, UNAMA Sérgio Castro Gomes, UNAMA Emílio J. M. Arruda Filho*, UNAMA/FUMEC | |

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

25/10/2019 – Sexta-feira

Horário: 10h00 – 11h00

Influências do Mercado e Fatores Econômicos Moderador: Elvis Magno da Silva, FADMINAS

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|--|----------|
| 7259 | Análise da variação dos preços da cesta básica, antes e depois, da greve dos caminhoneiros no Brasil | Léia Luanda da Silva*, IFSP Eduardo de Paula e Silva Chaves*, IFSP | Sala 807 |
| 7269 | Instituições de mercado: Como as restrições humanamente concebidas atuam como veículos para plasticidade do mercado | Elvis Magno da Silva*, FADMINAS e UFLA Valéria da Glória Pereira Brito, UFLA | |
| 7237 | Máquinas agrícolas em leilões <i>on-line</i> : Fatores de previsibilidade de vendas a partir de abordagem geoeconômica | Eduardo de Rezende Francisco*, FGV EAESP William de Andrade Ramos da Silva*, FGV Management | |

Comportamento no Varejo Online Moderador: Marcelo Curth, FEEVALE

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|--|---|-----------|
| 7208 | Impacto da ordem do preço na decisão de compra em lojas online | Bianca da Silva*, IFRS George Alba, IFRS | Sala 1004 |
| 7224 | Confiança em compras on-line: Um estudo comparativo entre Brasil e Portugal | Marcelo Curth*, Feevale Winnie Picoto, ISEG - Portugal Alexandre Garcia, Faculdade Cesuca Ana Filipa Gualberto Neto, ISEG - Portugal | |
| 7318 | How online review valence and product type affect consumer attitudes through ease of consumption imagery | Guilherme Camara Conter, UFPR José Carlos Korelo*, UFPR | |

Estratégias de Marca Moderador: Vitor Azzari Vieira, FGV EAESP

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7141 | Vantagens da internacionalização da marca para a empresa São Paulo Alpargatas S/A uma visão financeira | Viviane Chunques Gervasoni*, FATEC George Rossi, EACH - USP Dirceu da Silva, UNICAMP | Sala 1006 |
| 7168 | O valor da marca pela perspectiva do consumidor: Um estudo das marcas de smartphones | Vitor Azzari Vieira*, FGV EAESP Anderson Soncini Pelissari, UFES | |
| 7293 | Influência das disposições globais na intenção de compra de marcas nacionais e globais mediadas pela extensão do <i>self</i> e capital social | Jussara S. Teixeira Cucato*, ESPM Flávio Santino Bizarrias, UNINOVE Vivian Iara Strehlau, ESPM Thelma Valéria Rocha*, ESPM Eliane Vicente, ESPM | |

English Session | Branding**Moderador: Delane Botelho, FGV EAESP**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|--|-----------|
| 7145 | The role of ethical problems related to a brand in the purchasing decision process: An analysis of the moderating effect of complexity of purchase and mediation of perceived social risk | Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE e UNIFESP Lucas Zimbres Yunes, UNIFESP Otávio Bandeira de Lamônica Freire, USP Eliane Herrero*, UNINOVE Luis Hernan Contreras Pinochet, UNIFESP | Sala 1102 |
| 7246 | Brand activism in social media: The effect of sarcastic and explanatory responses and social identity on consumer brand attitude | Lucia Guimarães Barros*, FGV EAESP Juliana Moreira Batista*, FGV EAESP Fabricia Votolão Peixoto, FGV EAESP Delane Botelho, FGV EAESP | |
| 7311 | I want to (dis)believe: Political ideology and misinformation in the marketplace | Fabricia Peixoto*, FGV EAESP Delane Botelho, FGV EAESP | |

Marketing Digital**Moderador: José Carlos Rodrigues, ESPM**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|---|-----------|
| 7139 | Integração entre mundo virtual e produtos de consumo | José Carlos Rodrigues*, ESPM | Sala 1206 |
| 7216 | Uma imagem vale mais do que uma palavra? Um estudo sobre o impacto dos <i>emojis</i> na cobrança de dívidas | Franciele Ohana Muller*, IFRS George dos Reis Alba, IFRS | |
| 7242 | Métricas de marketing digital: Estudo de caso sobre a efetividade da compra de palavras chave para um anunciante de antivírus em ferramentas de buscas online | Leonardo Oliveira Penna de Carvalho, UFBA Matheus Nascimento Sales de Campos, UFBA Ricardo Coutinho Mello, UFBA Rodrigo Ladeira*, UFBA | |

Qualidade e Marketing de Relacionamento**Moderador: José Sarto Freire Castelo, UNIFOR**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|--------|---|--|-----------|
| 7148 | Em que medida o propagandista vendedor é capaz de influenciar prescrições médicas | Esequias Ferreira Santos Júnior, UNIFOR Heber José de Moura, UNIFOR José Sarto Freire Castelo*, UNIFOR | Sala 1209 |
| 7186 | Qualidade percebida de serviços de assistência técnica em produtos eletroeletrônicos e suas implicações no comportamento pós-compra | Manoela Costa Policarpo, UFCG Renan Araújo Vieira, UFCG Edvan Cruz Aguiar*, UFCG | |
| 7238 | Qualidade de serviços hospitalares sob a perspectiva dos processos de acreditação | Weverson Soares Santos*, UFSC Gabriela Gonçalves Silveira Fiates, UFSC Rudimar Antunes da Rocha, UFSC | |

Artigos Executivos**Moderador: Fernando M. Serson, FGV EAESP**

| Artigo | Título | Autor / Instituição | Local |
|---------------|--|--|----------------------|
| 7121 | Determinação do potencial de mercado para um <i>hostel</i> na cidade de Ilhabela – litoral norte do estado de São Paulo | Fernando Mindlin Serson*, FGV EAESP Fernanda Takeyama de Oliveira, FGV EAESP Claude Machline (In Memoriam) | Sala FGV 09 de Julho |
| 7133 | Cultura e consumo na terceira idade estudo sobre idosas moradoras em periferia | Gessica Ferreira Amorim*, UNASP | |
| 7215 | Fatores de dificuldade para atender a transformação digital: Um olhar sobre as empresas de bens de consumo que não dependem de <i>e-commerce</i> | Fernanda Aguiar Lopes*, FGV EAESP | |
| 7298 | A comunicação em crises corporativas diante dos impactos das redes sociais | Grasiela de Sena Monteiro Silva*, FGV EAESP Suzana Valente Battistella-Lima*, FGV EAESP | |

