

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

26/10/2021 – Terça-Feira

Horário: 11h15 – 13h20

Casos de Ensino I

Moderadora: Simoni Fernanda Rohden, UNISINOS

Título	Apresentador/Instituição
Casa da pesca: o aprendizado como “oportunidade” para empreender	<i>Jefferson Pereira de Sousa- Instituto Federal de Educação Ciências e Tecnologia do Ceará</i>
Petz: da marginal tietê para o brasil	<i>Sarah Roberta Alvarez Sampaio -USP Leonardo Butezloff de Oliveira Leite- USP</i>
Qual o melhor jeito de pagar pela saúde? A viabilidade do modelo de precificação da “dr. Consulta”.	<i>Regina da Silva de Camargo Barros- Universidade Federal de São Paulo</i>
Posicionamento de marca - retomada do mercado da marca axe	<i>Sidney Matos Mendes- Instituto Germinare Renato Pajares Martins- Instituto Germinare</i>

Co-host: Juliana Moreira Batista, FGV EAESP

Comportamentos, Percepções e

Decisões do Consumidor

Moderador: Thelma Rocha, ESPM

Título	Apresentador /Instituição
Elementos de associação, diferenciação e fidelização relacionados ao consumo de açaí no norte do brasil	<i>Igor De Jesus Lobato Pompeu Gammarano - Universidade da Amazônia – UNAMA Edgar José Pereira Dias - Universidade da Amazônia - UNAMA</i>
Satisfação dos clientes de uma franquia de cosméticos e perfumaria	<i>Flávia Miecoanski,- Universidade Estadual de Maringá</i>
Vontade de comprar? Um estudo sobre a tendência de consumo por impulso	<i>Patrick Wendell Barbosa Lessa- Universidade Federal do Cariri (UFCA)</i>
Mapa do comportamento do consumidor turístico no brasil: uma segmentação baseada em motivações	<i>Bianca Pinto Carvalho – PUC-RS</i>
Decisões de investimento: uma análise do viés do excesso de confiança sob a ótica das finanças comportamentais	<i>Bianca Pinto Carvalho- PUC-RS</i>

Co-host: Adriana Schneider Dallolio, FGV EAESP

Estratégias de Marca
Moderador: José Sarto Freire Castelo, UNIFOR

Título	Apresentador /Instituição
Percepção de valor no segmento b2b do aço na visão do especialista do setor	<i>Juliane Araujo Cardoso Costa - UNIFOR</i>
Fatores que influenciam a percepção e a disposição a pagar por alimentos rastreados	<i>Eduardo Eugênio Spers -USP</i> <i>Ricardo Bernardes de Barros Campo - USP</i>
Top of mind, preço e gastos com propaganda das marcas de desodorantes baseados na percepção do consumidor	<i>José Sarto Freire Castelo - Universidade de Fortaleza</i> <i>Daniel Bezerra Dos Santos- Universidade de Fortaleza</i>
Os antecedentes do top of mind de marcas de eletrodomésticos moderados pelos sexos	<i>José Sarto Freire Castelo - Universidade de Fortaleza</i> <i>Francisco Emerson DA Silva - Universidade de Fortaleza</i>

Co-host: Patrick Finazzi Santos, FGV EAESP

Transformação Digital no Varejo
Moderador: Clécio Falcão Araujo, PUCRS

Título	Apresentador /Instituição
E-commerce dedicado a equipamentos agrícolas	<i>Melissa Trevisan Iaione - USP</i>
A transformação digital e seu impacto na percepção de qualidade de serviços: um estudo com usuários online de instituições financeiras	<i>Clecio Falcao Araujo - PUC-RS</i> <i>Giovanna Buzanello De Vargas- Centro Universitário Franciscano</i> <i>Bianca Pinto Carvalho- PUC-RS</i>
O M-Commerce na pandemia da covid-19: o efeito do medo da covi-19 e da autoeficácia na lealdade de consumidores	<i>Christian Gomes e Souza Munaier - USP</i> <i>Eliane Herrero - Universidade Nove de Julho</i>
Proposição de um framework teórico para a análise do uso de smartphones nas práticas de consumo no varejo	<i>Gustavo Clemente Valadares- IFSULDEMINAS / UFLA</i>
Varejo Phygital: um estudo do consumidor sob a ótica dos componentes das atitudes	<i>Manoela Fernandes Feijó - UNISINOS</i>

Co-host: Josiane Schunck, FGV EAESP

Artigos Executivos
Moderador: Fernando Serson, FGV EAESP

Título	Apresentador /Instituição
Data Driven Decision Making: Insights De Text Mining	<i>André Luiz Carvalho - PPGA / UFSC</i>
Equilíbrio entre o investimento de marketing online e offline	<i>Edmir Kuazaqui,- ESPM</i>
O clique e retire na jornada do omnishopper	<i>Ricardo Pastore- PUC-SP</i>

Co-host: Eliana Ferreira Cesar, FGV EAESP

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

26/10/2021 – Terça-feira

Horário: 14h00 – 16h05

Big Data & Digital

Moderador: Jonny Mateus Rodrigues, Fundace/USP

Título	Apresentador /Instituição
Análise Espaço-Temporal Do Crescimento Das Ips No Serviço De Internet Residencial Via Fibra Óptica Em Minas Gerais Artigos Científicos / Big Data And Applied Retail Analytics	<i>Eduardo de Rezende Francisco - FGV EAESP Bruno Andrade de Figueiredo - FGV EAESP Alexandre Reis - FGV EAESP Erik Cordeiro Caldas Fernandes - FGV EAESP</i>
No Public Surveys, No Data? A Proposal To Forecast Income From Cable Tv Subscribers And Internet Consumption In Brazilian Municipalities Artigos Científicos / Big Data And Applied Retail Analytics	<i>Ricardo Limongi - Universidade Federal de Goiás Rafael Martins Ronqui - FGV EAESP Pedro Paulo Teixeira Coelho - FGV EAESP Eduardo de Rezende Francisco - FGV EAESP</i>
A Data-Driven Attribution Model Applied On A Higher Education Customer Journey Artigos Científicos / Comportamento De Consumidor	<i>Luciana Almeida- ESPM Rogério Ferraz dos Santos- ESPM</i>
Marketing digital na feira de caruaru: mapeamento das ações estratégicas utilizadas pelos feirantes do segmento de confecções	<i>Talita Da Silva Andrade - Universidade Federal de Pernambuco</i>

Co-host: Diego de Souza Guerra, FGV EAESP

Caso de Ensino II

Moderadora: Andréa Celeste Montini Antonacci, ESPM

Título	Apresentador /Instituição
Callstation marketing: gerando valor através da cocriação com clientes	<i>Caio Henrique Decicco De Carvalho - ESPM Larissa Raposo - ESPM</i>
O crescimento exponencial do assai - de uma unidade de negócio ao spin-off	<i>Patricia Prado - FGV EAESP Leonardo Butezloff De Oliveira Leite - USP</i>
Felicidade engarrafada: estratégias de promoção de vendas da coca-cola para intensificar a sua relação e experiência com o consumidor	<i>Andrea C M Antonacci- ESPM Bruna Cordeiro- Escola de Negócios Germinare</i>
Como a marca kinder pode continuar forte, conhecida e consumida	<i>Andrea C M Antonacci - ESPM Bruna Cordeiro - Escola de Negócios Germinare</i>

Co-host: Matheus Grage Tardin, FGV EAESP

Cultura de Consumo **Moderadora: Marina Henriques Viotto, FGV EAESP**

Título	Apresentador /Instituição
Autoria e memetização: uma reflexão sobre paratextualização de produtos midiáticos	<i>Marília Batista- Universidade Federal de Pernambuco</i>
Já experimentei! A influência dos comentários do instagram na decisão de compra	<i>Diogo Gabriel Teixeira De Gouvea- IBMEC-RJ</i>
Framework de gestão de tendências à luz da teoria da cultura do consumo (tcc): interlocuções conceituais	<i>Alessandro Mateus Felipe- Universidade Federal de Mato Grosso</i>
Culturas de mercado: a tradição do comércio na fronteira amazônica.	<i>Francisco Carlos Dantas De Matos- UNIVALI/UFAM</i>
Consumerismo: um estudo bibliométrico	<i>Patrick Wendell Barbosa Lessa- Universidade Federal do Cariri (UFCA)</i>

Co-host: Ana Tereza Freitas de Lapedra, FGV EAESP

Dimensões sociais no comportamento do consumidor **Moderador: Henrique De Campos Junior, FGV EAESP**

Título	Apresentador /Instituição
A participação dos influenciadores digitais da rede social instagram na decisão de compra dos consumidores de vestuário em uma cidade no sul do brasil	<i>Francyne Altmeyer De Freitas- Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)</i> <i>Flávio Régio Brambilla- Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)</i>
Influenciadores de mídias sociais: uma análise bibliométrica da produção científica Artigos científicos / comportamento de consumidor	<i>Bianca Pinto Carvalho – PUC-RS</i> <i>Clecio Falcao Araujo- PUC-RS</i> <i>Patrick Mauricio Duarte- PUC-RS</i>
Comportamento do cliente nas mídias sociais online: um estudo de caso sobre a amaro	<i>Carlos E Lourenco - EAESP-FGV</i> <i>Eliana Ferreira Cesar - EAESP-FGV</i> <i>Henrique De Campos Junior- EAESP-FGV</i> <i>Suzana Heller- EAESP-FGV</i>
Papel da dimensão social em academias de crossfit e sua relação com a lealdade do consumidor	<i>Edvan Cruz Aguiar- Universidade Federal de Campina Grande - UFCG</i>

Co-host: Eliana Ferreira Cesar, FGV EAESP

Estratégias de marketing e vendas
Moderador: Valter Afonso Vieira, UEM

Título	Apresentador /Instituição
A relevância da comunicação integrada de marketing no omnichannel Artigos científicos / transformação digital no varejo	<i>Ligia Fagundes- USP</i>
When organizational and professional identification work as bridge in the relationship between organizational prestige and sales performance	<i>Flávia Miecoanski- UEM</i> <i>Valter Afonso Vieira- UEM</i>
Dependência nas relações diádicas: o papel do compartilhamento bidirecional de informações na performance de vendas	<i>Valter Afonso Vieira- UEM</i> <i>Marcos Schebeleski- UEM</i>
A personalização exclusiva do brinde impacta na percepção da marca? Um estudo de caso do clientes da lextok presentes & brindes	<i>Maria Alexandra Go Chin Cuan- FGV</i>

Co-host: Francine Bagatini, FGV EAESP

Varejo e Consumo em tempos de Pandemia
Moderador: Marcelo Moll Brandão, UFES

Título	Apresentador /Instituição
Inovações das empresas em meio à pandemia: a utilização do marketing digital como instrumento propulsor da competitividade no comércio de varejo	<i>Nilce Helena Da Silva Melo- Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro</i> <i>Talita Lopes Lomeu Reis Oliveira- UGB/FERP - Centro Universitário Geraldo Di Biase</i>
Ir à loja da esquina não é sair do isolamento? O consumo no varejo da vizinhança no contexto de pandemia	<i>Marcelo Moll Brandão - PPGAdm-UFES</i> <i>Ananda Barcelos Bisi - PPGAdm-UFES</i>
Vacinar ou não vacinar, eis a questão: um estudo sobre a resistência do consumidor à vacinação	<i>Camila Midori Maeda- ESPM</i>
Consumo em tempos de covid-19: estado da arte e agenda de pesquisa	<i>Diego Nogueira Rafael - Universidade Nove de Julho - Uninove</i> <i>Eliane Herrero Universidade Nove de Julho - Uninove</i>
O modelo de persistência estudantil em tempos de covid-19: estudo de caso em ies pública	<i>José Sarto Freire Castelo- Universidade de Fortaleza</i>

Co-host: Arthur França Sarcinelli, FGV EAESP

Sessões Aplicadas (MPGC Varejo)

26/10/2021 – Terça-feira

Horário: 14h00 – 16h05

Moderador: Maurício Morgado, FGV EAESP

Título	Autor
Influência dos Atributos do Produto No Processo de Decisão de Compra da Categoria de Água De Coco Industrializada no Brasil	Denis Fabiano Pissarro
Cashback No Supermercado? Estudo Sobre o Efeito no Comportamento de Compra dos Consumidores Usuários De Aplicativo Móvel	Lucas Jun Sakajiri
Store Patronage no Varejo de Móveis e Eletrodomésticos: Análise Das Percepções Dos Consumidores de Baixa Renda de Lojas Nacionais, Regionais e Locais	Mario Alves Do Nascimento Neto

Co-host: Luiz Macedo, FGV EAESP

Programação | Sessões Artigos Acadêmicos e Executivos

27/10/2021 – Quarta-Feira

Horário: 9h – 11h05

Casos de Ensino III

Moderador: Rodrigo Guimarães Motta, PUC-SP

Título	Apresentador /Instituição
Sustentabilidade e comportamento de consumo: desafios da marca omo	Rodrigo Guimarães Motta- PUC-SP Camilla Rodrigues Netto da Costa Rocha- EAUFB Thaís Pires Lima Galetti- ESPM
Sucos do bem e o desafio de desenvolver o mercado de sucos integrais	Rodrigo Guimarães Motta- PUC-SP Camilla Rodrigues Netto da Costa Rocha- EAUFB Thaís Pires Lima Galetti- ESPM
Philip mead, um hidromel que não é apenas para homens.	Regina da Silva de Camargo Barros- Universidade Federal de São Paulo
Vigor queijo – desafio de desenvolver inovação em produto para mercado de snacks premium	Sidney Matos Mendes- Instituto Germinare Renato Pajares Martins- Instituto Germinare
Amway do brasil: do porta a porta ao click to click	Juliana Monteiro Fernandes- USP Leonardo Butezloff de Oliveira Leite- USP

Co-host: Fabricia Peixoto, FGV EAESP

Experimental Design

Moderador: Emílio Arruda, UNAMA e UFPA

Título	Apresentador /Instituição
Aglomeração, distanciamento social e uso de máscara: efeitos sobre percepção de risco e comportamento de afastamento no varejo	Edvan Cruz Aguiar- Universidade Federal de Campina Grande - UFCG
Disposição do consumidor a pagar: impacto da magnitude e atraso de reforços da categoria de produto e marca	Denise Santos DE Oliveira- Universidade de Brasília
Effects of need for cognitive closure on consumer evaluation on out-of-stock in retail stores	Eliane Herrero- Universidade Nove de Julho Evandro Luiz Lopes- Universidade Nove de Julho
Cenários de humor negativo e positivo que levam a conformidade dos consumidores entre aquisições individualistas e coletivistas	Ronny Luis Sousa Oliveira- Universidade da Amazônia (UMAMA) Emílio José Montero Arruda Filho- UNAMA e UFPA
Elementos pictográficos (emojis) em social commerce e suas influências no consumidor	Edvan Cruz Aguiar- Universidade Federal de Campina Grande - UFCG

Co-host: Renata Monteiro Martins, FGV EAESP

Gestão de Canais Varejistas

Moderador: Joana Boesche Tomazelli, PUCRS

Título	Apresentador /Instituição
A estratégia omnichannel para a fidelização do cliente no varejo: um estudo de caso da empresa amaro	<i>Aline Silva Autran De Moraes- ESPM</i>
Omnicanal nos pequenos negócios: o processo de transformação digital de um mercado de bairro	<i>Isadora Gasparin- UFRGS</i> <i>Bruna Kluwe- UFRGS</i>
Estratégias de poder em canal de distribuição do varejo entre pequenas empresas e seus principais fornecedores.	<i>José Edson Moysés Filho- FCGD - Faculdade Reges de Ensino Superior</i>
Mudança na jornada de compra dos paulistanos: fatores que determinam a adoção do canal online para compras de mercado	<i>Felipe Ricardo Silva Ramos- USP</i>

Co-host: Aline Silva Autran de Moraes, ESPM

Modelagens de Equações Estruturais

em Comportamento do Consumidor

Moderadora: Claudia Buhamara Abreu Romero, UFC

Título	Apresentador /Instituição
O efeito da TAM (technology acceptance model) e do risco financeiro percebido na atitude em relação ao uso do e-commerce e na intenção de compra online	<i>Patrick Wendell Barbosa Lessa- Universidade Federal do Cariri (UFCA)</i>
A relação da estratégia promocional black friday na propensão de compras dos consumidores	<i>Alberto Alexandre Carreras Guerra- USP</i>
Análise das intenções de uso, a partir da teoria do comportamento planejado, do serviço de car sharing	<i>Gabriel De Sousa Rodrigues- Universidade de Fortaleza</i>
As Emoções E As Motivações Hedônica E Utilitária No Consumo De Café	<i>Eduardo Eugênio Spers- USP</i> <i>Laleska Rossi Moda- USP</i>

Co-host: Raul Afonso Pommer Barbosa, FGV EAESP

Revisões sistemáticas de literatura

Moderador: Ricardo Limongi, UFG

Título	Apresentador /Instituição
The Journey Of Customer Experience Into Service Failures And Recovery: State Of The Art And Future Research Agenda	<i>Ricardo Limongi- Universidade Federal de Goiás Andre Luiz Barbosa da Silva- Universidade Federal de Goiás</i>
A Estrutura Intelectual Da Depleção Do Ego: Tópicos Emergentes, Tendências E Oportunidades De Pesquisas Futuras	<i>Diego Nogueira Rafael- Universidade Nove de Julho - Uninove Evandro Luiz Lopes- Universidade Nove de Julho - Uninove</i>
Isolamento Social: Uma Revisão Da Estrutura Intelectual, Literatura Recomendada E Sugestões Para Estudos Futuros Em Ciências Sociais Aplicadas	<i>Diego Nogueira Rafael- Universidade Nove de Julho - Uninove</i>
Epistemological Matrices In Marketing And Organizational Studies: An Analysis From The Service Dominant Logic Of Marketing And Foundational Premises Artigos Científicos / Comportamento De Consumidor	<i>Flávio Régio Brambilla- Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC)</i>

Co-host: Suzana Battistella Lima, FGV EAESP

Programação – *Working Papers* (Pôster)

27/10/2021 – Quarta-feira

Horário: 9h – 9h30

Working Papers (1)

Moderador: Thel Augusto Monteiro, UNIMEP

Título	Apresentador /Instituição
Cashback No Supermercado? Efeito De Promoção Via Aplicativo No Comportamento De Compra Dos Consumidores De Supermercado	<i>Carlos E Lourenco- EAESP-FGV Lucas Sakajiri- EAESP-FGV</i>
Tatuagens, falha de serviço e reações dos consumidores	<i>Rogiane Panisson- Faculdade Meridional</i>
O poder dos influenciadores na decisão de consumo dos indivíduos	<i>Marília Batista- Universidade Federal de Pernambuco</i>

Co-host: Yuri Dallabrida, FGV EAESP

Horário: 9h30 – 10h

Working Papers (2)

Moderador: Eric David Cohen, UNICAMP

Título	Apresentador /Instituição
Introdução de proteínas alternativas na dieta das escolas	<i>Helder de Castro Paiva Junior- EAESP-FGV Carlo Eduardo Lourenço- EAESP-FGV</i>
Top of mind das marcas de carros de luxo e suas variáveis explicativas	<i>José Sarto Freire Castelo- Universidade de Fortaleza Tissiany Melo Matos- Universidade de Fortaleza</i>
Evidenciando o sombrio: um estudo sobre texto e paratextos do dark pop	<i>Marília Batista - Universidade Federal de Pernambuco</i>

Co-host: Julio Leandro, FGV EAESP

Horário: 10h – 10h30

Working Papers (3)

Moderador: Wilian Feitosa, IFSP

Título	Apresentador /Instituição
Influence of quality in the relationship between consumer value co-creation and intention of evasion	<i>Heitor Takashi Kato- PUC-PR Maite De Macedo Cavalcanti- PUC-PR</i>
Novos caminhos da pesquisa em comportamento do consumidor: uma revisão sistemática de literatura	<i>Bianca Pinto Carvalho- PUC-RS Clecio Falcao Araujo- PUC-RS</i>
Você é seu Instagram? Diálogos sobre a espetacularização do eu em mídias sociais	<i>Marília Batista- Universidade Federal de Pernambuco</i>

Co-host: Vitor Azzari, FGV EAESP

Encontro de Iniciação Científica

27/10/2021 – Quarta-feira

Horário: 9h – 11h05

Coordenadores: Valter Afonso Vieira, UEM a Claudia Buhamra Abreu Romero, FEAAC/UFC

Título	Apresentador /Instituição
Fala que eu te escuto: o engajamento dos clientes nas redes sociais e a decisão de compra online	<i>Raissa Jaciara Barros Portela- Universidade Anhembi Morumbi</i>
O Futebol E O Marketing De Experiência: A Atuação Do Guaraná Antarctica No Futebol Brasileiro Feminino	<i>Thays Silva Victal- Universidade Anhembi Morumbi</i>
A influência do uso de plataformas digitais na experiência de compra de artigos de luxo	<i>Ana Paula Jalles- Universidade Presbiteriana Mackenzie</i>

Co-host: Kirla Cardoso, FGV EAESP

Consórcio Doutoral

27/10/2021 – Quarta-feira

Horário: 9h – 11h05

Coordenadores: Heitor Kato, PUCPR | Lélis Balestrin Espartel, PUCRS

Sessão 1

	Doutorando	Orientador	Tema	Banca 1	Banca 2
1	Gustavo Clemente Valadares, IFSULDEMINAS / UFLA	Daniel Carvalho de Rezende, UFLA	Tecnologia e Comportamento de Compra	Ramona de Luca (FGV/EAESP)	Clecio Araujo (PUCRS)
2	Thiago dos Santos Glasenapp, UFRGS	Cristiane Pizzutti, UFRGS	Experiência do Consumidor		

Sessão 2

	Doutorando	Orientador	Tema	Banca 1	Banca 2
3	Carina Pasqualoto, UFRGS	Daniela Callegaro de Menezes, UFRGS	Economia Circular	Eduardo Spers (USP)	Ana Toaldo (UFPR)
4	Cecilia Lobo de Araujo, FGV EAESP	Luciana Marques Vieira, FGV EAESP	Varejo Sustentável		