

# Programação – Working Paper (Pôster)

19/10/2017 – Quinta-feira Horário: 18h45min – 20h

Local: Quadra FGV

Artigo	Título	Autor / Instituição
5969	O amor a marcas e a mudança no perfil dos consumidores de companhias aéreas	Nelson Marques dos Santos Filho, UAM Paulo Sergio Gonçalves de Oliveira, UAM Sueli Marques de Souza, UAM Jeremias de Araújo, UAM
5979	Uma análise da atuação do revendedor da venda direta no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos aplicada no contexto brasileiro	Josiane Garcelli Schunck, FGV EAESP Leandro Angotti Guissoni, FGV EAESP Carlos Eduardo Lourenço, FGV EAESP
5983	Os pais e sua culpa	Adriana Schneider Dallolio, FGV EAESP Jose Sarkis Arakelian, FGV EAESP
5985	Marketing de relacionamento na relação entre concorrentes	Juliane Laviniki Neumann, IMED Claudionor Guedes Laimer, IMED
5996	Efeito da exposição de produtos de beleza em anúncios	Andriele Nahara Muller, IFRS – Campus Feliz George Alba, IFRS – Campus Feliz
6004	Uma vida sem carro próprio: Propulsores, ressignificados e novos comportamentos	Patricia Silva Monteiro Boaventura, FGV EAESP Adelson Ferreira da Silva Júnior, FGV EAESP Fabio Shimabukuro Sandes, FGV EAESP Julio Cesar Leandro, FGV EAESP
6009	Novas formas de varejo: O <i>coworking</i> propiciando vivências diferenciadas em lojas	Simone Beatriz Ceretta, IFFar Márcia Regina Conceição de Almeida, UNIJUI e FAL Lurdes Marlene Seide Froemming, UNIJUI
6030	Os pets agora são clientes. Uma análise sobre <i>shopping centers pet friendly</i> .	Ana Paula Toloni, ESPM Ana Puglia Duque-Estrada, ESPM
6038	O movimento <i>fat pride</i> e as mudanças no mercado de moda <i>plus size</i> do varejo brasileiro	João Henriques de Sousa Júnior, UFPE Francisco Vicente Sales Melo, UFPE
6050	<i>Crowd sensing</i> aplicado à gestão: Uma revisão e classificação da literatura	Rafael Tezza, Udesc Bruna Aparecida Wengue Wolff, Udesc Wilnei Aldir Schneider, Udesc Carlos Roberto De Rolt, Udesc
6051	Mecanismos de incentivo em mobile <i>crowdsourcing</i> : Uma revisão da literatura	Wilnei Aldir Schneider, Udesc e University of Bologna Matteo Mura, University of Bologna Rafael Tezza, Udesc Carlos Roberto De Rolt, Udesc
6054	O efeito da pressão para comprar na percepção de justiça do consumidor em contextos de venda direta	Manoela Sabbadin Begas, FGV EAESP Leandro Angotti Guissoni, FGV EAESP Delane Botelho, FGV EAESP

6081	Muito além da busca do tesouro: Relacionando as dimensões e motivações da compra de roupas de segunda-mão	Maria Amália Dutra Machado, PUC-RS Stefânia Ordovás de Almeida, PUC-RS Laura Chiattonne Bollick, PUC-RS Gabriela Bragagnolo, PUC-RS
6108	Impacto da identificação profissional do vendedor no desempenho em vendas	Juliano Domingues Silva, UEM Valter Afonso Vieira, UEM
6114	Otimização das ofertas de preço no varejo alimentar	Monica Antunes Couto, FGV EAESP Juracy Gomes Parente, FGV EAESP Luiz Artur Brito, FGV EAESP
6119	Consumo de produtos de estética capilar: Sacrifício, autoimagem e rituais de embelezamento	Bianca Gabriely Ferreira Silva, UFPE Salomão Alencar de Farias, UFPE
6124	A percepção de big data do varejo: Características e desafios	Maria Amália Dutra Machado, PUC-RS Lélis Balestrin Espartel, PUC-RS
6131	Comunicação das mensagens de propaganda realizadas pelos <i>vloggers</i> brasileiros do <i>Youtube</i>	Mozart Melo, UFC Ana Augusta Freitas, UECE
6137	Possuir ou experienciar? Entendendo a relação entre a intenção e a ação do consumidor ao longo do processo de consumo	Maria Amália Dutra Machado, PUC-RS
6153	O efeito da saudade na lealdade do consumidor: Um estudo por meio das equações estruturais	Ari Melo Mariano, UnB Tatiane Regina Petrillo Pires Araujo, Uniceub Débora Alexandre de Souza, Uniceub Maíra Rocha, UnB
6155	Confiança e fornecimento de informações pessoais para aplicativos	Carla F. Silveira Netto, UFRGS Simoni F Rohden, UFRGS e UNISINOS Marina Lugoch, UFRGS Natália Fontoura Englert, UFRGS Valentina Ortiz Ubal, UFRGS
6161	Grau de influência do efeito <i>made in Brasil</i> na intenção de uso de aplicativos por estudantes universitários estadunidenses	Ari Melo Mariano, UnB Bernardo Mello Madeira Coelho, Uniceub Maíra Rocha, UnB
6166	Como consumidores percebem os diferentes métodos de pagamento nas compras online: Um estudo exploratório	Denise Gabriela Rodrigues, UFPR Nayara Pereira Duarte, UFPR Jose Carlos Korelo, UFPR
6171	O <i>customer lifetime value</i> do revendedor de cosméticos	Débora Cabral Soares Ribeiro, FGV EAESP Leandro Angotti Guissoni, FGV EAESP
6173	Uma análise da transição para a diversificação de canais e gestão <i>omnichannel</i> no contexto do varejo	Andrea Rios Santos Teixeira, FGV EAESP Leandro Guissoni, FGV EAESP
6047	A economia colaborativa: a partilha de informação como modelo inovador de fazer negócios	Mateus Oliveira Kalil, UNIFACS e Sérgio Maravilhas Lopes