

# Programação - Sessões Paralelas

19/10/2017 – Quinta-feira Horário: 11h15min – 12h45min

## Big Data & Applied Analytics

Moderador: Eduardo de Rezende Francisco, ESPM / FGV EAESP

| Artigo | Título   | Autor / Instituição   | Local |
|--------|--|---|-------|
| 5991   | Analytics and spatial statistics: market expansion as a growth strategy for a health products business in Brazil                     | Maria Clara Pinheiro de Paula Couto, FGV EAESP<br>Eduardo de Rezende Francisco*, ESPM / FGV EAESP                     | 903   |
| 6064   | Análise de redes sociais e Teoria de Grafos como suporte para <i>consumer insights</i>   | André Silva de Carvalho, ESPM<br>Eduardo de Rezende Francisco*, ESPM / FGV EAESP                                      |       |
| 6067   | Fatores críticos de sucesso para adoção de <i>Big Data</i> no varejo virtual: estudo de caso do Magazine Luiza                       | Bruno Muniz Felix*, COPPEAD - UFRJ<br>Elaine Tavares, COPPEAD - UFRJ<br>Ney Wagner Freitas Cavalcante, COPPEAD - UFRJ |       |
| 6146   | Preocupação com a privacidade, confiança e disposição dos consumidores a fornecer informações on-line no contexto do <i>Big Data</i> | Renata Monteiro Martins*, UFU<br>Stella Naomi Moriguchi, UFU  |       |

## English Language Session

Moderador: Carlos Eduardo Lourenço, EAESP

| Artigo | Título   | Autor / Instituição   | Local |
|--------|--|---|-------|
| 5978   | O desenvolvimento de capital ético em empresas alternativas de alimentos   | Caroline Moraes*, The Open University<br>Morven McEachern, The University of Salford                          | 905   |
| 6029   | Mall sweet Mall: Are we witnessing the death of an icon?   | Hamilton Coimbra Carvalho*, USP<br>Giuliana Isabella, INSPER<br>José Afonso Mazzon, USP                       |       |
| 6043   | How Brazilian startups are shaping retail and shopper experience   | Fabiola Paes, Oasis Lab Innovation Space<br>Ricardo Pastore*, ESPM<br>Cristina Helena Pinto de Mello, ESPM    |       |
| 6072   | When being authentic is not enough: Evaluation of moderating effect of social proximity on the role of leadership on follower's social identity threat | Rafael Goldszmidt, FGV-EBAPE<br>Filipe Sobral, FGV-EBAPE<br>Jorge Jacob, FGV-EBAPE<br>Ula Lagowska, FGV-EBAPE |       |

**Comportamento do Consumidor | Experimentos I****Moderador: Evandro Luiz Lopes, UNINOVE e UNIFESP**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição  | Local |
|--------|---|--|-------|
| 5951   | “Puxa daqui e estica de lá”: Um estudo experimental sobre os efeitos do <i>out-of-stock</i> no varejo   | Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE e UNIFESP<br>Eliane Herrero*, FMU   | 906   |
| 5968   | O impacto do endosso de celebridades nas atitudes sobre a marca e na intenção de compra de mulheres no mercado de luxo acessível de cosméticos e joias  | Marcos Roberto Luppe, EACH-USP<br>Mayara Saradie Watanabe Rodrigues*, EACH-USP<br>Isabela Lopes Couy*, EACH-USP<br>Bruna Reina Rosato, EACH-USP<br>Helder de Souza Aguiar, FEA-USP         |       |
| 5982   | Identificar-se com os outros consumidores no ambiente varejista minimiza os efeitos do <i>crowding</i> ? Investigando o papel da similaridade percebida | Edvan Cruz Aguiar*, UFCG<br>Salomão Alencar de Farias, UFPE  |       |
| 6172   | Nível de envolvimento na escolha de uma marca de cerveja endossada por uma celebridade: Um estudo experimental  | Vanessa Brito Vilarinho, UFU<br>Rejane Alexandrina Domingues Pereira do Prado, UFU<br>Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE e UNIFESP<br>Jussara Goulart da Silva, UFU<br>Alzemar José Delfino, UFU |       |

**Fator Humano nas Organizações****Moderador: Valter Afonso Vieira, UEM**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição  | Local |
|--------|---|--|-------|
| 5954   | Escândalos corporativos e a gestão da legitimidade organizacional: Uma revisão teórica através das lentes da teoria neo-institucional | Adriana Schneider Dallolio*, FGV EAESP<br>Andre De Carvalho, FGV EAESP                           | 907   |
| 5975   | Relacionamento interorganizacional no varejo: Revisões e reflexões  | Gustavo Clemente Valadares*, UFLA<br>José Willer do Prado, UFLA<br>Luiz Marcelo Antonialli, UFLA |       |
| 5989   | Como reduzir a incongruência entre gerente e vendedor no varejo? A autoeficácia como remédio para atenuar os efeitos negativos        | Leticia Negreiros*, UEM<br>Valter Afonso Vieira*, UEM<br>Valter Faia, UEM                        |       |
| 5990   | Quando as dimensões da autorregulação impactam no desempenho do vendedor por meio das orientações de prospectar e manter clientes     | Bruno Marioti, UEM<br>Valter Afonso Vieira*, UEM<br>Valter Faia*, UEM                            |       |

**Comportamento do Consumidor | Métodos Quantitativos I**
**Moderador: Ricardo Limongi, UFG**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 6035   | “Compro, vendo e troco”: O consumo em grupos de comércio informal nas redes sociais virtuais                          | João Henriques de Sousa Júnior, UFPE<br>Elton Rodolfo Assunção da Silva, UFPE<br>Francisco Vicente Sales Melo, UFPE | 1003  |
| 6090   | Um estudo empírico dos antecedentes da preferência do consumidor por canais de varejo                                 | Ricardo Limongi*, UFG<br>Felipe Zambaldi*, FGV EAESP<br>Marcos Inácio Severo de Almeida, UFG                        |       |
| 6156   | Os fatores antecedentes da lealdade no marketing relacional: Um estudo descritivo segundo a percepção dos empresários | Ari Melo Mariano*, UnB<br>Dayanna Oesterreich da Rosa, UniCEUB<br>Maíra Rocha, UnB                                  |       |
| 6159   | Fatores influenciadores do Marketing boca a boca online (eWOM): Um estudo por meio das equações estruturais           | Ari Melo Mariano*, UnB<br>Henrique Tagliari, UnB<br>Maíra Rocha, UnB  |       |

**Estratégias e Gestão | Qualitativo I**
**Moderador: Juracy Gomes Parente, FGV EAESP**

| Artigo | Título   | Autor / Instituição  | Local |
|--------|--|--|-------|
| 6085   | Comercio de alimentos sustentáveis   | Keli Adriana Pereira de Oliveira*, UNIPAMPA  | 1004  |
| 6105   | <i>Showrooming</i> : A atitude do vendedor da loja física e a estratégia multicanal no contexto do varejo brasileiro | Priscila Ferreira Beni*, Mackenzie<br>Daniel Buarque Tubenchlak, FGV EAESP<br>Juracy Gomes Parente, FGV EAESP<br>Marcelo Silva, FGV EAESP  |       |
| 6138   | Desenvolvimento de mercado e estratégias competitivas no varejo: Um estudo no setor de cervejas artesanais           | Priscila Ferreira Beni*, Mackenzie<br>Moisés Ari Zilber, Mackenzie<br>Karen Perrota de Almeida Prado, Mackenzie<br>Paolo Edoardo Coti-Zelati, Mackenzie<br>Luis Carlos Carresi, PUC - SP |       |

**Casos de Ensino**
**Moderador: Eduardo Eugênio Spers, ESPM**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 6055   | Cariri: arte, cultura e <i>Modus</i>                            | Antonio Messias Valdevino*, UFPB<br>Halana Adelino Brandão, UFCA<br>Ítalo Anderson Taumaturgo dos Santos, UFCA<br>Lívia Nogueira Pellizzoni | 1005  |
| 6106   | Todo mundo #NU: Uso de <i>data science</i> em serviços          | Thiago Assunção de Moraes, UFPB<br>Antonio Messias Valdevino*, UFPB<br>Livia Nogueira Pellizzoni, UFPB                                      |       |
| 6145   | AFAGU: servindo na morte e na vida                              | Brena Carolina de Oliveira Silva*, UFCA<br>Halana Adelino Brandão, UFCA<br>Antonio Messias Valdevino*, UFPB                                 |       |
| 6149   | Fronteira <i>Free Shop</i> : Como se manter em tempos de crise? | Valentina Ortiz Ubal*, UNIPAMPA<br>Roseclair da R. Lacerda Barroso, UNIPAMPA<br>Laura Alves Scherer, UNIPAMPA                               |       |

## Artigos Executivos II

Moderador: Luiz Henrique Pereira, FGV EAESP

| Artigo | Título   | Autor / Instituição  | Local                        |
|--------|--|--|------------------------------|
| 6032   | Potencial de vendas nos <i>e-marketplaces</i>  | Nôga Simões de Arruda Corrêa da Silva, UEM<br>Karin Borges Senra, UEM<br>Gabriela Porfírio Jacomino, UEM<br>Fernanda Guarnieri, UEM<br>Larissa Ruiz Golemba de Britto, UEM | Sala<br>FGV 9<br>de<br>Julho |
| 6048   | Análise dos <i>trade-offs</i> de consumidores de varejo eletrônico   | Renan Ledur Hartmann*, IFRS – Campus Feliz<br>George Alba*, IFRS – Campus Feliz  |                              |
| 6069   | Avaliação do nível de maturidade em BI: Um estudo multicasos   | Rodrigo de Paiva Rodrigues, UFU<br>Jean Carlos Domingos*, UFU  |                              |
| 6097   | Foco nos líderes! Análise das estratégias promocionais e de preço do varejo segundo a participação de mercado das marcas | Artur Machado Motta*, FGV EAESP  |                              |

**Comportamento do Consumidor | Experimentos II**

**Moderador: Lélis Balestrin Espartel, PUC-RS**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição  | Local |
|--------|---|--|-------|
| 5963   | Yes, chef! Experimenting congruence between the chef of cuisine and informational clues   | Leonardo Aureliano-Silva*, UAM<br>Sergio Luis do Amaral Moretti*, UAM<br>Carlos Alberto Alves, UAM   | 905   |
| 6060   | Atenção visual sobre diferentes embalagens em condições de laboratório de varejo e com uso de <i>eye tracking</i>                             | Mariângela Gallina, ESPM<br>Andrea Silvia Securato, ESPM<br>Eduardo Eugênio Spers*, ESPM<br>Vanessa Clarizia Marchesin, ESPM<br>Cristina Helena Pinto de Mello, ESPM |       |
| 6109   | Comportamento disfuncional do consumidor: A influência do tipo de comportamento na relação entre o tamanho do dano e o tamanho da vítima      | Rafael Bronzatti, PUC-RS<br>Lélis Balestrin Espartel*, PUC-RS<br>Leonardo Nicolao, UFRGS   |       |
| 6152   | Neurociência do consumo aplicada ao mercado da moda: Uma análise de campanha publicitária através de <i>software</i> de reconhecimento facial | Aline Filmann*, FACCAT<br>Claralucia Prates Machado, UNISINOS  |       |

**Comportamento do Consumidor | Métodos Quantitativos II**

**Moderador: Marcelo Moll Brandão, UFES**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 5971   | The mediating role of consumer engagement with the brand community and its effect on corporate reputation                     | Mateus Ferreira*, UFCA<br>Felipe Zambaldi*, FGV EAESP   | 906   |
| 5972   | A aceitação do <i>mobile banking</i> no Brasil: Uma análise por meio do modelo TAM estendido                                  | Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE e UNIFESP<br>Lais Lima Caracciolo, UNIFESP<br>Eliane Herrero Lopes*, FMU   |       |
| 5981   | “Eu tô voltando!”: Um estudo sobre a importância dos atributos varejistas na intenção de recompra dos consumidores            | Eliane Herrero Lopes*, FMU<br>Evandro Luiz Lopes*, UNINOVE e UNIFESP<br>Luis Fernando Varotto, UNINOVE<br>Luis Hernan Contreras Pinochet, UNIFESP<br>Maria Cristina Tecilla*, FMU |       |
| 6042   | A relação entre a satisfação e as respostas atitudinais dos consumidores: Os efeitos indiretos do envolvimento e da reputação | Aleixo Fernandes*, UNINOVE<br>Marcelo Moll Brandão*, UFES<br>Filipe Quevedo-Silva, UFMS   |       |
| 6154   | O comportamento de compra impulsivo e seus preditores: Valores humanos e variáveis sociodemográficas                          | Gabriela Rosner de Almeida, PUC-RS<br>Claudio Damacena, PUC-RS<br>Verner Luis Antoni*, UPF<br>Thayane Sviercoski Manosso*, UPF<br>Carlos Henrique Riss, UPF                       |       |

**Comportamento do Consumidor | Mét. Qualitativos Moderador: Dirceu Tornavoi de Carvalho, FEA-RP / USP**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 5956   | Valores motivacionais do consumo automobilístico brasileiro analisados por meio de uma pesquisa netnográfica no contexto do <i>big data</i> | Luis Augusto Alexandroni*, FUMEC<br>Emílio Arruda Filho*, UNAMA / FUMEC   | 907   |
| 6010   | Doce veneno: Uma análise do consumo de bebidas açucaradas por adolescentes  | Thaína Rocha Balbino, UFPB<br>Stephanie Ingrid Souza Barboza*, UFPB   |       |
| 6071   | Fala pra o papai o que você quer: Uma análise sobre o consumo de bebidas alcoólicas por jovens.   | Joice dos Santos Alves*, UFPB<br>Thaína Rocha Balbino, UFPB<br>Stephanie Ingrid Souza Barboza*, UFPB<br>Edilaine Samara Pascoal de Oliveira, UFPB<br>Aliny Eleonôra Bezerra Barbosa Alcântara, UFPB |       |
| 6117   | O consumidor como um ser social: Um <i>framework</i> para a análise da influência dos outros consumidores nas experiências de consumo       | Dyego de Oliveira Arruda*, CEFET-RJ<br>Luciano Thomé e Castro, FEA-RP/USP<br>Dirceu Tornavoi de Carvalho*, FEA-RP/USP   |       |

**Operações e Tecnologia I****Moderadora: Carmen Lidia Ramuski, PUC-SP**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição  | Local |
|--------|---|--|-------|
| 6013   | O impacto dos influenciadores digitais espontâneos nas métricas de engajamento de uma rede social virtual   | Ricardo Limongi*, UFG<br>Marcos Inácio Severo de Almeida*, UFG<br>Alessandra Cristina Gomes, UFG<br>Altair Camargo Filho, USP      | 1003  |
| 6015   | A influência de características pessoais no uso de mobile banking sob o efeito de promoção de vendas: Uma análise dos efeitos moderadores da atratividade e cultura | Fernando De Oliveira Santini*, UNISINOS / ESPM<br>Wagner Junior Ladeira, UNISINOS<br>Claudio Hoffmann Sampaio, PUC-RS              |       |
| 6088   | Falha em inovação como antecedente do comportamento disfuncional do consumidor no varejo  | Joana Boesche Tomazelli*, PUC-RS<br>Lélis Balestrin Espartel*, PUC-RS  |       |
| 6136   | <i>Coworking</i> no Varejo: Um estudo de caso no comércio alimentício   | Carmen Lidia Ramuski*, PUC-SP<br>Isabella Cappucci Carlomagno, PUC-SP  |       |
| 6142   | Evidências sobre as políticas públicas de incentivo à inovação no Varejo no Brasil  | Marília Marinho de Andrade Oliveira*, Faculdade CDL<br>Denio Igor Silva de Pontes, Faculdade CDL<br>Andrea Ferreira da Silva, UFPB |       |

**Estratégias e Gestão (Experimentos)****Moderador: Jonny Mateus Rodrigues, FEARP-USP**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 5950   | O efeito <i>crowding</i> e níveis de desconto no comportamento do consumidor com diferentes níveis de necessidade de interação social: Uma abordagem experimental               | Leonardo Aureliano-Silva*, UAM e ESPM<br>Sergio Luis do Amaral Moretti*, UAM<br>Luiz Gonzaga Assumpção Carvalho, UAM<br>Carlos Alberto Alves, UAM | 1004  |
| 6053   | Os efeitos dos vieses cognitivos “aversão à perda” e “contas mentais” na tomada de decisão de compra do <i>shopper</i> , aplicados em materiais de comunicação em supermercados | Dante Avanzi*, FGV-EASP<br>Leandro Angotti Guissoni*, FGV-EASP<br>Rafael Dandrea, ToolBox<br>Jonny Mateus Rodrigues, FEARP-USP                    |       |
| 6074   | A influência da loja conceito na imagem da marca e intenção de compra de artigos de vestuário   | Marcos Roberto Luppe, EACH-USP<br>Nadia Nagata Hirano*, EACH-USP<br>Ana Clara Almeida*, EACH-USP<br>Helder de Souza Aguiar, FEA-USP               |       |

**Estratégias e Gestão | Quantitativos I****Moderador: Marcos Inácio Severo de Almeida, UFG**

| Artigo | Título   | Autor / Instituição   | Local |
|--------|--|---|-------|
| 5988   | Efeitos temporários e permanentes das mídias pagas e ganhadas no desempenho de vendas no relacionamento multicanal   | Noga S.A.C. Silva, UEM<br>Valter Afonso Vieira*, UEM<br>Marcos Inácio Severo de Almeida*, UFG   | 1005  |
| 6019   | Desempenho de serviços e produtos em uma rede de franquias de <i>fast food</i> : Reflexões acerca do modelo de entrega em domicílio                                  | Aldo Nobuyuki Nakao*, UNINOVE<br>Leandro Alves Patah, UNINOVE<br>Julio Araujo Carneiro da Cunha, UNINOVE<br>Vânia Maria Jorge Nassif, UNINOVE |       |
| 6058   | Estratégias de marketing multicanal: Estudo no varejo da grande Florianópolis  | Aline Silva Autran de Moraes*, UNISUL<br>Aléssio Bessa Sarquis, UNISUL<br>Edson Roberto Scharf, FURB<br>Jacir Lenoir Casagrande, UNISUL       |       |
| 6164   | Rótulos no varejo de auto-serviço: a forma de apresentação da informação nutricional na embalagem pode aumentar a percepção de saudabilidade e a intenção de compra? | Bianca Maraninchi Ricci*, PUC-RS<br>Stefania Ordovas De Almeida, PUC-RS<br>Vinícius Sittoni Brasil, PUC-RS                                    |       |

## Estratégias e Gestão | Qualitativo II

Moderador: Ronan Torres Quintão, CEFET-MG

| Artigo | Título   | Autor / Instituição  | Local |
|--------|--|--|-------|
| 5959   | Internacionalização de redes de franquias brasileiras: Antecedentes do processo e o papel do marketing internacional                               | Alexandre Degani Cantoni, ESPM-SP<br>Thelma Valéria Rocha*, ESPM-SP<br>Renata Fernandes Galhanone*, ESPM-SP<br>Maria Lucia Righetti, ESPM-SP | 904   |
| 6012   | Pesquisa em varejo <i>omnichannel</i> : Uma revisão sistemática e análise de conteúdo quantitativo   | Belmiro N. João*, PUC-SP<br>Ricardo Pastore*, ESPM   |       |
| 6021   | Aspectos benéficos e detratores do <i>Black Friday</i> no Brasil: Um estudo sobre as práticas adotadas pelos varejistas para essa data promocional | Alberto Guerra*, FIA SP<br>Flavia Nielsen, FIA SP<br>Marcos Ghisi  |       |
| 6028   | Atmosfera <i>Sneakers</i> : Um estudo exploratório sobre a composição de atmosfera de loja para um público de nicho                                | Juliana Moreira Batista*, FEI<br>Paula Elisa Hubner Duarte Lima, USP   |       |

## Estratégias e Gestão | Quantitativos II

Moderador: Maurício Morgado, FGV EAESP

| Artigo | Título  | Autor / Instituição  | Local |
|--------|---|--|-------|
| 5986   | A influência das dimensões do <i>brand equity</i> na escolha da marca favorita de calçados femininos no segmento de lojas monomarca no mercado varejista gaúcho | Luciano Vilanova Lacerda*, PUC-RS<br>Lucas Bonacina Roldan, PUC-RS<br>Adilson Mueller, PUC-RS  | 905   |
| 6007   | Propagandas emocionais vs. racionais: Um comparativo entre Brasil e Coréia do Sul   | Tatiana Lui Geh, FGV EAESP<br>Maurício Morgado*, FGV EAESP<br>Carlos Eduardo Lourenco, FGV EAESP   |       |
| 6080   | Marketing and social media long run performance implications: A time series experiment on small retailing   | Marcos Inácio Severo de Almeida*, UFG<br>Ricardo Limongi*, UFG<br>Altair Camargo Filho, USP<br>Alessandra Cristina Gomes, UFG<br>Rafael Barreiros Porto, UnB |       |
| 6163   | Produção científica sobre percepção de <i>crowding</i> no contexto de varejo: Uma revisão sistemática dos últimos 30 anos (1980-2017)                           | Marcelo Moll Brandão*, UFES<br>Eduardo Biagi*, UNINOVE   |       |

**Operações e Tecnologia II****Moderador: Emílio Arruda Filho, UNAMA/FUMEC**

| Artigo | Título   | Autor / Instituição  | Local |
|--------|--|--|-------|
| 5958   | A percepção de risco no ambiente da inovação impactando no comportamento de consumo em um ambiente com alto nível de incerteza                                   | Emílio José Arruda Filho*, FUMEC<br>Junio de Souza Simões, FUMEC   | 906   |
| 6022   | Valor egoísta versus biosférico na intenção de consumo com apps tecnológicos   | Marina Nascimento Lemos Barboza*, FAMAZ<br>Emílio Arruda Filho*, UNAMA   |       |
| 6061   | A influência da tecnologia da informação no desempenho de micro e pequenas empresas em Belém do Pará   | Thalles da Silva Lima, UNAMA<br>Sérgio Castro Gomes*, UNAMA<br>Keila Regina Mota Negrão, UFPA<br>Mário Cesar dos Santos de Carvalho, UNAMA<br>Cyntia Meireles Martins, UNAMA |       |
| 6170   | Funcionário do mês: Quando a atitude e a credibilidade nos assistentes virtuais são influenciadas pela antropomorfização e pelo <i>fit</i> com o tipo de negócio | Juliana Moreira Batista*, FEI<br>Fabricia Volotão Peixoto, FGV EAESP   |       |

**Responsabilidade Social, Sustentabilidade & Parcerias e Supply Chain****Moderadora: Thelma Valéria Rocha, ESPM**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 5945   | Verde ou marca? Impacto do reconhecimento do produto como verde na decisão de compra do consumidor  | Marcus Vinicius Nascimento Schleder*, UFSM<br>Guilherme Kusbick Volpato, UFSM<br>Marta Olivia Rovedder de Oliveira, UFSM<br>Alcivio Vargas Neto, UNIPAMPA | 907   |
| 6001   | As influências da seleção de parceiros e dos relacionamentos na escolha do modo de governança: Um estudo de caso múltiplo em redes de franquias                           | Vanessa Pilla Bretas, ESPM<br>Thelma Valéria Rocha*, ESPM<br>Pedro Lucas de Resende Melo, PUC-SP<br>Eduardo Eugênio Spers*, ESPM                          |       |
| 6073   | Padronização das variáveis do marketing <i>mix</i> na internacionalização do varejo especializado: Estudo comparativo nos mercados do Brasil e da Turquia                 | Luis Américo Tancsik, ESPM<br>Eduardo Eugênio Spers*, ESPM<br>Thelma Valéria Rocha*, ESPM<br>Pedro Lucas de Resende Melo, UNIP                            |       |
| 6075   | Proposta de modelo para avaliar diferentes tipos de varejo: Um estudo sobre a dimensão da sustentabilidade na perspectiva de especialistas e consumidores de carne bovina | Pedro Carvalho Burnier*, ESPM<br>Eduardo Eugênio Spers*, ESPM   |       |

**Comportamento do Consumidor | Métodos Quantitativos III****Moderadora: Lilian Soares Pereira, Saint Paul**

| Artigo | Título  | Autor / Instituição   | Local |
|--------|---|---|-------|
| 5946   | Resistindo à crise econômica: A importância da qualidade no processo de decisão de compra no varejo de moda.      | Laercio Ednei de Oliveira*, IME - USP<br>Valéria da Silva Souza, FIA<br>Karina de Oliveira, FIA   | 1101  |
| 5984   | Consumer Financial Sacrifice (CFS) scale: A consumer behavior perspective   | Jairo de Pontes Gomes, UFPE<br>Marianny Jessica de Brito Silva, UFPE<br>Francisco Vicente Sales Melo, UFPE<br>Polyanna de Lourdes Saraiva do Nascimento*, UFPE<br>Salomão Alencar de Farias, UFPE |       |
| 6123   | O comportamento disfuncional do consumidor no ambiente online: Uma revisão sistemática da literatura              | Gabriela Bragagnolo*, PUC-RS  |       |
| 6133   | Bebida láctea fermentada (BLF) ou iogurte? Distorções e fatores de diferenciação das embalagens no ponto de venda | Kelly Carvalho Vieira, UFLA<br>Gustavo Clemente Valadares*, UFLA<br>Daniel Carvalho de Rezende, UFLA  |       |

**Artigos Executivos I****Moderador: Olegário Araújo, FGV/EAESP**

| Artigo | Título   | Autor / Instituição   | Local                        |
|--------|--|---|------------------------------|
| 6037   | Negócios 4.0: A revolução dos pequenos                                   | Luiz Claudius Leite*, SEBRAE Nacional   | Sala<br>FGV 9<br>de<br>Julho |
| 6094   | Space planning to optimize assortments                                   | Lucila Machado Campiglia*, IED SP - Instituto Europeo di Design e Faculdade Santa Marcelina |                              |
| 6130   | Pressão de tempo no <i>e-commerce</i> , um cronômetro para o seu clique! | Maurício Liell*, IFRS - Campus Feliz<br>George dos Reis Alba*, IFRS - Campus Feliz          |                              |
| 6162   | Gestão por indicadores nos pequenos negócios                             | Flávio Germano Petry*, SEBRAE   |                              |