

COBRA Consumption
& Branding

**Conference
2023**

15 e 16 de junho de 2023

ESPM

01

Objetivo & Agenda

01

Objetivo

O principal objetivo do **1º COBRA Conference** é reunir a comunidade pós-acadêmica que se interessa pela área de marketing internacional, comportamento do consumidor e branding, criando um espaço multidisciplinar propício para a discussão, troca de experiências, difusão do conhecimento científico e apresentação de estudos.

AGENDA PRIMEIRO DIA | 15/6/2023

Horário	Dia 1 - 15/6/2023
8h	Início do credenciamento
8h30 - 9h00	Abertura e boas vindas
9:00 - 10h30	Painel - Marcas brasileiras que se internacionalizaram
10h30 - 11h	Intervalo
11h - 12h30	Palestra - A volta ao mundo em programas de fidelidade: Como a fidelidade ao varejo acontece em diferentes países
12h30 - 14h	Almoço
14h - 15h30	Sessão Consumo 1 / Sessão Place Branding
15h30 - 16h	Intervalo
16h - 17:30	Sessão Consumo 2 / Sessão Marketing Internacional

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

AGENDA SEGUNDO DIA | 16/6/2023

Horário	Dia 2 - 16/6/2023
8h	Início do credenciamento
9h - 10h30	Painel - Desenvolvimento de <i>place branding</i> : a experiência brasileira
10h30 - 11h	Intervalo
11h - 12h30	Palestra - <i>Coffee Beyond Taste</i> : Um exemplo colombiano sobre como o que escutamos pode aumentar a experiência de marca do café e até mudar o seu sabor
12h30 - 14h	Almoço
14h - 15h30	Sessão Consumo 3 / Sessão Branding
15h30 - 17h	Apresentação de pôsteres
17h - 18h	Encerramento, premiação e <i>fast track</i>
18h - 22h	Festa de confraternização

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

02

Sessões 15/6

AGENDA 15/6/2023 | SESSÃO CONSUMO 1

Horário	# Artigo	Nome do Artigo	Autores
14:00 - 14:15	13	A relação humano – animal. Validação e adaptação de escalas psicográficas que mensuram as dimensões da relação humano–animal para o mercado brasileiro	Pedro Paulo Santos Cavalcante
14:15 - 14:30	16	Meu pet, meu mundo: Proposição de um modelo de análise da experiência de consumo em pet shops no Brasil	Luciana Florêncio de Almeida, Marcelo Vergilio Paganini de Toledo
14:30 - 14:45	19	Consumo sustentável das gerações X e Z: nem mais, nem menos, apenas diferente	Leonardo Machado Goulart, Sergio Garrido Moraes
14:45 - 15:00	42	Competências socioemocionais e autoeficácia na transição para o trabalho: um estudo exploratório	Juliana Marinelli Uchida, Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel, Rafael Rodolfo Sartorelli Sadocco
15:00 - 15:30		Discussão dos Artigos	Todos

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

AGENDA 15/6/2023 | SESSÃO PLACE BRANDING

Horário	# Artigo	Nome do Artigo	Autores
14:00 - 14:20	10	Branding countries in Latin America: repositioning Brazil to reset its brand value	Marco Ocke, Debora Cordeiro Braga
14:20 - 14:40	18	Criação de vantagem cooperativa com o engajamento dos Stakeholders em uma Indicação Geográfica: Uma revisão da literatura	Sidney Lincoln Vitorino, Ilan Avrichir
14:40 - 15:00	29	A influência da marca mutante no reconhecimento de marca país: “La Respuesta es Colombia”	Amanda Valladares de Andrade Minto, Vivian Iara Strehlau
15:00 - 15:30		Discussão dos Artigos	Todos

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

AGENDA 15/6/2023 | SESSÃO CONSUMO 2

Horário	# Artigo	Nome do Artigo	Autores
16:00 - 16:15	21	O efeito da reatância na satisfação dos consumidores bancários: conta livre vs conta imposta	Joana Rosa Cardoso de Carvalho, Evandro Luiz Lopes, Júlio Araújo Carneiro da Cunha, Aleixo Fernandes
16:15 - 16:30	26	The mediating role of impulsive bias in consumer indebtedness: its relations, necessary conditions and heterogeneity	Vivian Vieira Silva, Marlette Cassia Oliveira Ferreira, Flávio Santino Bizarrias, Jussara Da Silva Teixeira Cucato, Jussara Goulart Da Silva
16:30 - 16:45	27	Dívida, comportamento responsável em relação ao crédito, e cadastro positivo	Caio Henrique Decicco de Carvalho, Cristina Helena Pinto de Mello, Jussara da Silva Teixeira Cucato
16:45 - 17:00	37	Superando os efeitos do isolamento social: um estudo experimental com estímulos de marketing	Diego Nogueira Rafael, Nicolas Stuchi Bezerra, Anna Julia Pegorari e Silva, Evandro Luiz Lopes
17:00 - 17:30		Discussão dos Artigos	Todos

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

AGENDA 15/6/2023 | SESSÃO MKT INTERNACIONAL

Horário	# Artigo	Nome do Artigo	Autores
16:00 - 16:15	1	The Relation Between Xenocentrism and Status Regarding Consumption	Ana Carolina Gamarra, Vivian Iara Strehlau, Flávio Bizarras
16:15 - 16:30	2	Fashion disposal behavior: A cross-cultural comparison between Brazil and Canada	Ana Julia Büttner , Suzane Strehlau
16:30 - 16:45	30	Da América Central para o mundo: estudo de caso da influência da marca na internacionalização de franquias de El Salvador na América Latina.	Erick Alejandro Morales De Andrade, Pedro Paulo Santos Cavalcante, Thelma Vália Rocha Rodrigues
16:45 - 17:00	39	M-commerce em mercados emergentes: o efeito da qualidade na lealdade dos consumidores	Eduardo Mesquita, Eliana Herrero, Marcela Carvalho Gonzalez
17:00 - 17:30		Discussão dos Artigos	Todos

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

03

Sessões 16/6

AGENDA 16/6/2023 | SESSÃO CONSUMO 3

Horário	# Artigo	Nome do Artigo	Autores
14:00 - 14:15	12	The influence of digital media and brands on children's behavior	Flávia Melo Muniz Tabone, Evandro Luiz Lopes, Joana Rosa Cardoso de Carvalho, Pedro Paulo Santos Cavalcante
14:15 - 14:30	31	The evolution of escapism: A bibliometric analysis and systematic review	Thamiris Magalhães, Suzane Strehlau
14:30 - 14:45	38	Mulheres compram mais? Uma análise das emoções e do gênero na compra por impulso	Eduardo Mesquita, Tainá Alves Townsend
14:45 - 15:00	41	As relações de consumo do mercado de segunda mão de produtos de luxo	Adriano Kogachi Sá, Suzane Strehlau
15:00 - 15:30		Discussão dos Artigos	Todos

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

AGENDA 16/6/2023 | SESSÃO BRANDING

Horário	# Artigo	Nome do Artigo	Autores
14:00 - 14:15	11	Antecedentes do amor e do ódio à marca: fatores decisórios da permanência ou do abandono pelos discentes nas instituições de ensino superior privadas	Ramon Alves de Oliveira, Danilo de Melo Costa, Alexandre Marino Costa, Frederico César Mafra Pereira
14:15 - 14:30	24	Brand Resource Orchestration: a strategic framework for managing brands	Antonio Pedro Alves, Fabiano Rodrigues
14:30 - 14:45	33	O impacto da interatividade na lealdade à marca de aplicativos de delivery de comida com usuários da base da pirâmide	Diogo Leite da Cruz, Joana Rosa Cardoso de Carvalho, Júlio Araújo Carneiro da Cunha
14:45 - 15:00	34	Lovemarks: um estudo sobre a construção de uma lovebrand e a replicação da jornada do consumidor no mercado brasileiro de apparel and footwear	Andreia Tiemi Mikami de Oliveira, Arthur Nobrega Petti, Laura Gardin Machado, Vivian Iara Strehlau
15:00 - 15:30		Discussão dos Artigos	Todos

Obs.: a agenda poderá sofrer alterações antes do evento.

04

Lista dos Pôsteres

Nome do Pôster

Autores

A memória de marca nos jogos eletrônicos: Campeonato brasileiro de League of Legends

Fabio Augusto Rodrigues Pereira, Ricardo Zagallo Camargo

Fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores de produtos verdes da universidade do estado de Mato Grosso - Campus Universitário de Nova Mutum

Catarina Desterro Silva, Rosana Sifuentes Machado

A influência da vaidade e propaganda online no consumo do procedimento estético de lipoaspiração

Laura Bueno, Marcio Belchior, Thelma Rocha

Modelo Varejista da Arezzo e Comparação com a Concorrente Schutz

Bruno Tripodi, Isadora Borges, Julia Neves, Samuel Jeronimo e Luiz Guilherme de Sá

O poder de influência do fracasso no contexto etnocêntrico

Jefferson Santana

A expressão do feminino: análise do uso da imagem da mulher em propagandas de cosméticos femininos no Brasil

Geysa Carvalho Losovoi, Bruna Maggioni Guglielmetti dos Santos, Mariana de Oliveira Xavier, Fernanda Sayuri Yoda

Ensaio teórico sobre o sistema de marketing e o sistema da dádiva

Bruna Scoralick Queiroz, Suzane Strehlau

Os lares de pessoas que moram sozinhas: estudo introdutório sobre as variáveis que explicam esse fenômeno mundial

Pedro Paulo Santos Cavalcante, Guilherme Masaaki Koreeda, Evandro Luiz Lopes

O mercado de lares de pessoas que moram sozinhas e o aumento na oferta de apartamentos com menos de 45m² na cidade de São Paulo.

Pedro Paulo Santos Cavalcante, Mayla Teixeira Takahashi, Guilherme Masaaki Koreeda, Evandro Luiz Lopes

A influência de aspectos culturais em programas de fidelidade

Debora Franchim

A transformação do mercado de apartamentos em grandes cidades: a influência dos lares de pessoas que moram sozinhas

Pedro Paulo Santos Cavalcante, Siliane Ferrari, Evandro Luiz Lopes

Nome do Pôster

Autores

A influência do autoconceito nas práticas de prosumo verde

Joana Rosa Cardoso de Carvalho, Diogo Leite da Cruz

Os indicadores ESG e a reputação corporativa – um framework para o fortalecimento das marcas

Tamara H. Natale de Moraes

A Heurística da Representatividade no Turismo: entendendo uma tomada de decisão no Airbnb

Pedro Scrivano, Daniele Constantino, Helio Inagake, Thais Monteiro

O impacto das certificações de instituições autorreguladoras no desenho de narrativas de influenciadores digitais no segmento de investimentos financeiros

Nelson Prestes Nogueira Moraes, Roberta Dias Campos

Adquirindo, retendo e desenvolvendo potenciais clientes através da economia do agora

Leonardo Colares Castro, Christopher Adrinelson Passarinho

O comportamento do torcedor de futebol frente ao consumo ligado a patrocinadores esportivos: um estudo sobre a Nike e o Corinthians

Felipe Jardim , Felipe Rossi, Lívia Takahashi, Flávia Santana Feitosa

Mobilidade acadêmica internacional e a lealdade do estudante em instituição de ensino

Ana Claudia Carrapato, Luciana Florêncio de Almeida

O papel dos influenciadores digitais na percepção da marca para a Geração Z

Juliana Marinelli Uchida, Leonardo Missio Feltrin, Thelma Valeria Rocha

Turismo em zonas de conflito: motivações dos viajantes analisados à luz do cosmopolitismo

Rafael Rodolfo Sartorelli Sadocco, Thayná Graciano dos Santos, Wagner Oliveira de Cerqueira

Marketing sustentável aplicado à redução de desigualdades sociais - uma revisão de escopo da literatura

Alexandre Gidaro

05

Localização

LOCALIZAÇÃO

ESPM Tech

Rua Joaquim Távora, 1240
Vila Mariana
São Paulo – SP
cobraconference@espm.br



COBRA Consumption
& Branding

ESPERAMOS VOCÊ LÁ!

ESPM