

Os resultados da pesquisa *Brand Equity Estimation Model*, extrato da tese doutoral da professora do curso de Administração da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Marta Olivia Rovedder de Oliveira, foram apresentados na

[35ª ISMS Marketing Science Conference](#)

, que aconteceu na cidade de Istambul, Turquia, entre os dias 11 a 13 de julho.

A pesquisa, realizada no Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul ([EA/PPGA/UFRGS](#)), foi orientada pelo professor Fernando Bins Luce e teve contribuição da doutoranda Cleo S. Silveira, ambos da UFRGS.

Além do objetivo de desenvolver um modelo para estimar (monetariamente) o valor da marca baseado no consumidor, a pesquisa propôs definir os condutores constituintes do valor da marca baseado no consumidor, identificar formas de mensuração desses condutores e aplicar o modelo desenvolvido a marcas de produtos em um setor de atividade. Quanto aos resultados, a pesquisa apresenta que o “tal modelo mostra-se como uma importante ferramenta para auxílio na gestão de marcas, auxiliando os gestores acerca das decisões sobre investimentos em ações que busquem a geração de valor da marca e no monitoramento do desempenho de suas marcas frente as da concorrência”.



Na UNIPAMPA, Campus Santana do Livramento, a pesquisa *Consequentes do Valor da Marca para os consumidores de serviço* possui uma temática similar ao trabalho *Brand Equity Estimation Model*

, porém, em nível de iniciação científica. Segundo a professora Marta, a bolsista Suélen M. Meleu e a voluntária Lisiane Soares desenvolvem a pesquisa desde 2010 dentro do Grupo de Estudos de Marketing, com publicações nos últimos três edições do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão (SIEPE) e Seminários em Administração da Universidade de São Paulo (SEMEAD/USP).

A professora Marta Olivia Rovedder de Oliveira também participou do Consórcio Doutoral, realizado no dia 10 de julho, que contou com a presença dos editores dos principais periódicos internacionais da área de marketing e de doutorandos de várias universidades do mundo.

Nycolas Ribeiro para Assessoria de Comunicação Social.