



PROGRAMA GENERAL BREVE

MIÉRCOLES, 11 DE SEPTIEMBRE DE 2019 / WEDNESDAY, SEPTEMBER 11TH, 2019

DOCTORAL COLLOQUIUM

		SALA MIGUEL HERNÁNDEZ - COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE EXTREMADURA	SALA EUROPA - CAJA RURAL DE EXTREMADURA
SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION	10:00H-10:10H	RECEPCIÓN E INICIO DEL DOCTORAL COLLOQUIUM / RECEPTION AND BEGINNING OF THE DOCTORAL COLLOQUIUM	
	10:10H-11:50H	SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS
	12:10H-13:50H	SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS
	14:00H-15:00H	ALMUERZO / LUNCH	
	15:00H-16:40H	SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS
	16:30H-18:45H	REGISTRO DE ASISTENTES / ATTENDEE REGISTRATION	
	19:00H-20:00H	INAUGURACION / OPENNING CEREMONY	
	20:30H	CÓCTEL-CENA DE BIENVENIDA / WELCOME COCKTAIL-DINNER	



JUEVES, 12 DE SEPTIEMBRE DE 2019 / THURSDAY, SEPTEMBER 12TH, 2019

		AUDITORIO	SALA MIGUEL HERNÁNDEZ - COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE EXTREMADURA	SALA EUROPA - CAJA RURAL DE EXTREMADURA	SALA GARCÍA MATOS
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H - 10:30H	<i>COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I / CONSUMER BEHAVIOUR I Idioma: inglés / Language: English</i>	<i>MARKETING ESTRATÉGICO / STRATEGIC MARKETING Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	<i>TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING I / ICT, E- MARKETING AND MOBILE MARKETING I Idioma: inglés / Language: English</i>	<i>MARKETING TURÍSTICO I / TOURISM MARKETING I Idioma: inglés / Language: English</i>
10:30H -11:00H		PAUSA-CAFÉ/ COFFEE BREAK			
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	11:00H- 12:30H	<i>ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO I / ETHICS, SOCIAL RESPONSIBILITY AND NON-PROFIT MARKETING I Idioma: inglés / Language: English</i>	<i>INNOVACIÓN Y DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA / INNOVATION, AND PRODUCT AND BRAND DECISIONS Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	<i>COMUNICACIÓN Y VENTAS I / COMMUNICATION AND SALES I Idioma: español / Language: Spanish</i>	<i>DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, GESTIÓN MINORISTA I / COMMERCIAL DISTRIBUTION, RETAIL MANAGEMENT I Idioma: español / Language: Spanish</i>
12:30H-14:00H		SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AUDITORIO) CONFERENCIA CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Ko de Ruyter “When nothing is what it seems. Developing a Digital Marketing research agenda”			
14:00H-15:30H		ALMUERZO / LUNCH			
15:30H-17:30H		PRESENTACIÓN DE PÓSTERES / POSTERS’ PRESENTATION (CLAUSTRO GARCÍA MATOS)			



AEMARK

XXXI CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING
Cáceres, del 11 al 13 de septiembre de 2019

SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:30-17:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II / CONSUMER BEHAVIOUR II <i>Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	MARKETING MULTISECTORIAL (INDUSTRIAL, SERVICIOS, INTERNACIONAL, ETC.) I / MULTISECTORAL MARKETING (INDUSTRIAL, SERVICES, INTERNATIONAL, ETC.) I <i>Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	DOCENCIA EN MARKETING/ EDUCACIÓN SUPERIOR Y MARKETING I / TEACHING IN MARKETING/ HIGHER EDUCATION AND MARKETING I <i>Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES / DOCTORAL THESES PRESENTATION <i>Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	17:30H-19:30H	ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO II / ETHICS, SOCIAL RESPONSIBILITY AND NON-PROFIT MARKETING II <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>	DOCENCIA EN MARKETING/ EDUCACIÓN SUPERIOR Y MARKETING II / TEACHING IN MARKETING/ HIGHER EDUCATION AND MARKETING II <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING II / ICT, E-MARKETING AND MOBILE MARKETING <i>Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	MARKETING TURÍSTICO II / TOURISM MARKETING <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>
21:30 H		CENA / DINNER			



VIERNES, 13 DE SEPTIEMBRE DE 2019 / FRIDAY, SEPTEMBER 13TH, 2019

		AUDITORIO	SALA MIGUEL HERNÁNDEZ - COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE EXTREMADURA	SALA EUROPA - CAJA RURAL DE EXTREMADURA	SALA GARCÍA MATOS
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H- 10:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR III / CONSUMER BEHAVIOUR III <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>	MARKETING MULTISECTORIAL (INDUSTRIAL, SERVICIOS, INTERNACIONAL, ETC.) II / MULTISECTORAL MARKETING (INDUSTRIAL, SERVICES, INTERNATIONAL, ETC.) II <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING III / ICT, E- MARKETING AND MOBILE MARKETING III <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>	MARKETING TURÍSTICO III / TOURISM MARKETING <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>
10:30H-11:00H		PAUSA-CAFÉ / COFFEE BREAK			
11:00H-12:30H		SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AUDITORIO) MEET THE EDITORS Modera/Chair: Brian Ratchford, Co-Editor in Chief, Journal of Interactive Marketing Cleopatra Veloutsou, Co-Editor in Chief, Journal of Product and Brand Management Debbie Keeling, Regional Editor (Europe), European Journal of Marketing			
12:30H-14:00H		SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AUDITORIO) JUNTA GENERAL DE AEMARK / AEMARK ANNUAL MEETING			
14:00H-15:30H		ALMUERZO / LUNCH			



AEMARK

XXXI CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING
Cáceres, del 11 al 13 de septiembre de 2019

SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:30H- 17:30H	ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO III / ETHICS, SOCIAL RESPONSIBILITY AND NON-PROFIT MARKETING III <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, GESTIÓN MINORISTA II / COMMERCIAL DISTRIBUTION, RETAIL MANAGEMENT <i>Idioma: español-inglés / Language: Spanish-English</i>	COMUNICACIÓN Y VENTAS II / COMMUNICATION AND SALES II <i>Idioma: inglés / Language: English</i>	MARKETING TURÍSTICO IV / TOURISM MARKETING <i>Idioma: español / Language: Spanish</i>
17:30H-19:00H	CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS / CLOSING CEREMONY AND AWARDS				
21:15H	CENA DE GALA / GALA DINNER				



PROGRAMA GENERAL EXTENDIDO

MIÉRCOLES, 11 DE SEPTIEMBRE DE 2019 / WEDNESDAY, SEPTEMBER 11TH, 2019

DOCTORAL COLLOQUIUM

		SALA MIGUEL HERNÁNDEZ - COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE EXTREMADURA	SALA EUROPA - CAJA RURAL DE EXTREMADURA
SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION	10:00H-10:10H	RECEPCIÓN E INICIO DEL DOCTORAL COLLOQUIUM / RECEPTION AND BEGINNING OF THE DOCTORAL COLLOQUIUM	
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	10:10H-11:50H	COMENTARISTAS: Ángel Herrero Crespo y Francisco Javier Rondán Cataluña	COMENTARISTAS: Carlos Flavián Blanco y Francisco José Sarabia
		ANÁLISIS DE UN NUEVO ESTILO DE LIDERAZGO Y SU INFLUENCIA EN LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE. UN ESTUDIO EN CENTROS DEPORTIVOS ROSA DÍAZ MARTÍN DIRECTORES: DRA. SILVIA MARTELO LANDROGUEZ Y DR. GABRIEL CEPEDA CARRIÓN	IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN DEL DESEMPEÑO FINANCIERO DE LA EMPRESA EN EL ENGAGEMENT DE LOS CLIENTES Y DE LOS EMPLEADOS EN EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL NURIA SÁNCHEZ IGLESIAS DIRECTOR: DR. JESÚS GARCÍA DE MADARIAGA
		EL MARKETING EN LAS FEDERACIONES DEPORTIVAS. CRISTINA LORANCA VALLE DIRECTOR: DR. PEDRO CUESTA VALIÑO	CO-CREACIÓN DE VALOR DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS EMPLEADOS EN EL CONTEXTO DE SALUD: UN MODELO DE ANTECEDENTES IVÁN ALONSO VEAS GONZÁLEZ



			DIRECTORAS: DRA. AMPARO CERVERA TAULET Y DRA. CARMEN PÉREZ CABAÑERO
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	12:10H-13:50H	COMENTARISTAS: José Alberto Castañeda García y Carmen Camarero Izquierdo	COMENTARISTAS: Salvador Ruiz de Maya y Arturo Molina Collado
		FACTORES INFLUYENTES EN UNA EMPRESA VINÍCOLA DETERMINANTES EN LA UTILIZACIÓN DE LOS FONDOS COMUNITARIOS OCM PARA LA PROMOCIÓN DEL SECTOR EN TERCEROS PAÍSES. ANGELO PUCCIA DIRECTORES: DR. CÉSAR M. MORA MÁRQUEZ Y DRA. JULIA M. NÚÑEZ TABALES	CALIDAD GLOBAL DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y SU EFECTO EN LA SATISFACCIÓN Y FUTURAS INTENCIONES DE COMPORTAMIENTO. UN ESTUDIO APLICADO AL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR. BÁRBARA SOFÍA PASACO GONZÁLEZ DIRECTORES: DR. JOSÉ MANUEL HERNÁNDEZ MOGOLLÓN Y DRA. ANA MARÍA CAMPÓN CERRO
		MANAGEMENT INDICATORS IN OMNI-CHANNEL. JAVIER ALONSO GARCÍA DIRECTORES: DR. FEDERICO PABLO MARTI Y DRA. ESTELA NUÑEZ-BARRIOPEDRO	PERCEPCIÓN DE ACTITUDES QUE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE MADRID TIENEN HACIA LAS APPS EMPRESARIALES Y SU PREDISPOSICIÓN A LA COMPRA. ROSA LAURA LABASTIDA DURÁN DIRECTORAS: DRA. DIANA GAVILÁN BOUZAS Y DRA. SUSANA FERNÁNDEZ FLORES
14:00H-15:00H		ALMUERZO / LUNCH	
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:00H-16:40H	COMENTARISTAS: Brian T. Ratchford y Leticia Santos Vijande	COMENTARISTAS: Cleopatra Veloutsou y Josep Rialp
		HOW INTERACTIVITY AND ADVOCACY FACILITATE CUSTOMER VALUE CO-CREATION BEHAVIOUR IN INSTAGRAM: A MICRO-PERSPECTIVE OF UNPLANNED, VOLUNTARY USAGE OF HEDONIC SOCIAL NETWORK SITES USING SEM. RAMÓN GUTIÉRREZ SÁNCHEZ DIRECTORES: DRA. INMA RODRÍGUEZ ARDURA Y DR. ANTONI MESEGUER-ARTOLA	THE HIDDEN PARADOX OF THE BRANDS'S ORIGIN: BUY OR BOYCOTT? DALIA HUSSIEN ABDELWAHAB DIRECTORAS: DRA. SONIA SAN MARTÍN Y DRA. NADIA JIMÉNEZ
		MARKETING INNOVATION: THE UTILIZATION OF 4.0 TECHNOLOGIES IN VALUE CO-CREATION PROCESSES. MARIELL VELÁSQUEZ SERRANO DIRECTOR: DR. MARCELO ROYO VELA	THE IMPACT OF INTER-FIRMS MARKETING COOPERATION ON THE INTERNATIONALIZATION OF LOCAL-CLUSTERS. MOHAMMAD REZA MAZANDARANI DIRECTOR: DR. MARCELO ROYO VELA
16:30H-18:45H		REGISTRO DE ASISTENTES / ATTENDEE REGISTRATION	



19:00H-20:00H	INAUGURACION / OPENING CEREMONY
20:30H	CÓCTEL-CENA DE BIENVENIDA / WELCOME COCKTAIL-DINNER

JUEVES, 12 DE SEPTIEMBRE DE 2019 / THURSDAY, SEPTEMBER 12TH, 2019

		AUDITORIO	SALA MIGUEL HERNÁNDEZ - COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE EXTREMADURA	SALA EUROPA - CAJA RURAL DE EXTREMADURA	SALA GARCÍA MATOS
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H - 10:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR <i>Idioma: inglés</i> <i>Modera:</i>	MARKETING ESTRATÉGICO <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING I <i>Idioma: inglés</i> <i>Modera:</i>	MARKETING TURÍSTICO I <i>Idioma: inglés</i> <i>Modera:</i>
		<p><i>ANTECEDENTS OF TOURIST TRIP PLANNING AUTONOMY: THE MODERATING EFFECTS OF A GLOBAL ECONOMIC CRISIS</i></p> <p>MILAGROS FERNÁNDEZ HERRERO/ROSA MARÍA HERNÁNDEZ MAESTRO/ÓSCAR GONZÁLEZ BENITO</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>SEGMENTACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS CON BASES RELACIONALES Y TECNOLÓGICAS</i></p> <p>MARÍA FUENTES BLASCO, BEATRIZ MOLINER VELÁZQUEZ, IRENE GIL SAURA, GLORIA BERENGUER CONTRA</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>UNDERSTANDING APPLICANTS' REACTIONS TO GAMIFIED RECRUITMENT: THE ROLE OF INTRINSIC AND EXTRINSIC MOTIVATIONAL FACTORS</i></p> <p>ISABEL BUIL CARRASCO, SARA CATALÁN GIL Y EVA MARTÍNEZ SALINAS</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>CUSTOMER ENGAGEMENT BEHAVIOURS IN SOCIAL TOURISM WEBSITES</i></p> <p>RAFAEL BRAVO GIL, SARA CATALÁN GIL, JOSÉ M. PINA PÉREZ</p> <p>Ponencia</p>
		<p><i>MOBILE PAYMENT ACCEPTANCE: A USABILITY-CENTRED PERSPECTIVE</i></p> <p>ADRIÁN BROZ LOFIEGO; ENRIQUE BIGNÉ ALCAÑÍZ; INÉS KÜSTER BOLUDA</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>ANALÍTICA DE DATOS Y BIG DATA EN LA GESTIÓN COMERCIAL: IMPACTO EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL.</i></p> <p>MANUEL MORALES-SERAZZI; MERCEDES MARTOS-PARTAL; ÓSCAR GONZÁLEZ-BENITO</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>END USERS' ENGAGEMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPS. IDENTIFYING RELEVANT SEGMENTS OF AI ADOPTERS</i></p> <p>CABRERA-SÁNCHEZ JUAN-PEDRO; VILLAREJO-RAMOS ÁNGEL F.</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>EXPLANATORY AND PREDICTIVE MODEL OF THE ADOPTION OF LOCATION-BASED MOBILE SERVICES</i></p> <p>FRANCISCO LIÉBANA CABANILLAS; JUAN LARA RUBIO; ELENA CARVAJAL TRUJILLO</p> <p>Ponencia</p>

	<p><i>CONSUMERS' QUALITY EVALUATION OF A NEW FOOD PRODUCT: EVIDENCE FROM SEAWEEDS IN SPANISH MARKET</i> LOSADA-LÓPEZ CHEMA; FAIÑA-MEDIN J. ANDRES; MONTES-SOLLA PAULINO Ponencia</p>	<p><i>LOS ATRIBUTOS PERCIBIDOS DEL VINO LOCAL</i> DIAZ ARMAS RICARDO J; HERNÁNDEZ MÉNDEZ JANET; GUTIÉRREZ TAÑO DESIDERIO Ponencia</p>	<p><i>SERVICE ROBOTS: HOW APPEARANCE, WARMTH AND COMPETENCE AFFECT THE CUSTOMER-PROVIDER RELATIONSHIP</i> BELANCHE, D. CASALÓ, L., FLAVIÁN, C. Ponencia</p>	<p><i>MARKET ORIENTATION AND BUSINESS PERFORMANCE IN THE HOTEL INDUSTRY: THE ROLE OF PRICE STRATEGY</i> FERNANDES SAMPAIO, CARLOS ALBERTO; MARIÑO ROMERO, JORGE; GOUVEIA RODRIGUES, RICARDO Ponencia</p>
	<p><i>VISITORS PREFERENCES OF A FOOTBALL STADIUM IN CONTEXT OF HETEROGENEITY</i> LAMBERTI GIUSEPPE; RIALP JOSEP; SIMON ALEXANDRA Ponencia</p>	<p><i>UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA AL ACTIVISMO DE MARCA: PROPUESTA DE UN MODELO CONCEPTUAL</i> LÓPEZ AZA, CARLOTA; PINTADO BLANCO, TERESA Y SÁNCHEZ HERRERA, JOAQUÍN Trabajo en curso</p>	<p><i>THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (EWOM) ON ONLINE CONSUMER DECISIONS</i> TOBÓN, SANDRA AND GARCÍA-MADARIAGA, JESÚS Ponencia</p>	<p><i>DOES THE HOTEL RATING MODERATE THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKET ORIENTATION AND BUSINESS PERFORMANCE? A CASE STUDY FROM THE SPANISH HOTEL INDUSTRY</i> FERNANDES SAMPAIO, CARLOS ALBERTO; MARIÑO ROMERO, JOSÉ MANUEL; DI CLEMENTE, ELIDE Ponencia</p>
	<p><i>EXPERTISE AND ANIMOSITY: A DANGEROUS COCKTAIL FOR SOME BRANDS</i> DALIA ABDELWAHAB; SONIA SAN-MARTÍN; NADIA JIMÉNEZ; JANA PRODANOVA Trabajo en curso</p>	<p><i>LA ORIENTACIÓN AL CLIENTE EN LAS ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL DE LAS PYMES - UN ANÁLISIS CUALITATIVO</i> FRANCISCO VILLEGAS PINUER, JOAN LLONCH ANDREU, MARÍA PILAR LÓPEZ BELBEZE Trabajo en curso</p>	<p><i>ASSESSING THE HELPFULNESS OF ONLINE REVIEWS. A SENTIMENT ANALYSIS OF TOURISM DESTINATIONS</i> RUIZ, CARLA; BIGNÉ, ENRIQUE, CUENCA, ANTONIO; PEREZ, CARMEN Ponencia</p>	<p><i>TOURIST RESOURCES AND PRE-TRAVEL CO-CREATION: AN EMPIRICAL APPROACH</i> ELETXIGERRA AINHIZE; BARRUTIA JOSE M.; ECHEBARRIA CARMEN Ponencia</p>
	<p><i>MAKE YOURSELF AT HOME: A DEEPER LOOK AT THE AFFECTIVE BOND IN SHARED ACCOMMODATION</i> GIOVANNI PINO, MARTA NIETO GARCIA, CAROL ZHANG Trabajo en curso</p>	<p><i>INFLUENCIA DE LOS CANALES DE GESTIÓN DE QUEJAS EN LA UTILIZACIÓN DEL ENFOQUE MECANICISTA</i> CHANTHALY S.PHABMIXAY; ANA ISABEL RODRÍGUEZ ESCUDERO; JAVIER RODRÍGUEZ PINTO Trabajo en curso</p>	<p><i>WITH A LITTLE HELP FROM MY FRIENDS? INFLUENCES OF CHALLENGING E-WOM ON OMNICHANNEL BEHAVIOUR</i> FLAVIÁN BLANCO CARLOS; GURREA SARASA RAQUEL; IBÁÑEZ SÁNCHEZ SERGIO; ORÚS SANCLEMENTE CARLOS Trabajo en curso</p>	<p><i>USERS' ACCEPTANCE OF MUSEUM INSTAGRAM ACCOUNTS</i> GARCIA DE MADARIAGA JESUS; RECUERO VIRTO NURIA; BLASCO LÓPEZ MARIA FRANCISCA Trabajo en curso</p>

		<p><i>EMOTIONAL CONTAGION IN SOCIAL COMMERCE: A NEUROMARKETING EXPERIMENT</i></p> <p>HERRANDO CAROLINA; JIMÉNEZ-MARTÍNEZ JULIO; MARTÍN-DE HOYOS MARÍA JOSÉ; CONSTANTINIDES EFTHYMIOS; VAN T' KLOOSTER JAN-WILLEM; SLIJKHUIS PETER JH</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>CUSTOMER CENTRICITY: A QUALI-QUANTITATIVE STUDY ABOUT ITS ANTECEDENTS</i></p> <p>LUCIANA FALUBA DAMÁZIO, JOÃO LUIZ SOARES, HELENA BELINTANI SHIGAKI, CARLOS ALBERTO GONÇALVES</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>WHICH IS THE BEST INSTAGRAM RECIPE FOR A SUCCESSFUL POST?</i></p> <p>REBECA CORDERO-GUTIÉRREZ, EVA LAHUERTA-OTERO Y LUCÍA MARTÍN-GÓMEZ</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>DESTINATION ONLINE EXPERIENCES AND CREDIBILITY: A STUDY FROM THE BRAND PERSPECTIVE ON OFFICIAL ONLINE PLATFORMS</i></p> <p>JIMÉNEZ-BARRETO JANO; RUBIO NATALIA; CAMPO SARA; MOLINILLO SEBASTIÁN</p> <p>Trabajo en curso</p>
		<p><i>DO FAMILIARITY AND CULTURE MATTER? AN ANALYSIS OF EWOM PROCESSES IN SPAIN AND MEXICO</i></p> <p>RUIZ-EQUIHUA DANIEL; ROMERO JAIME; CASALÓ LUIS V.</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING CONTROL MECHANISMS AND FIRM PERFORMANCE</i></p> <p>PAOLA ANDREA ORTIZ RENDON, JOSE LUIS MUNUERA ALEMÁN, DANIEL ESPINOSA SÁEZ</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>UNDERSTANDING CONTINUANCE INTENTION TO USE MOBILE APPS: A UTILITARIAN – HEDONIC APPROACH</i></p> <p>KHAOULA AKDIM, LUIS V. CASALÓ, CARLOS FLAVIÁN</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>CAN THE FACT OF BEING A BRAND EXTENSION IMPROVE VISIT INTENTION?</i></p> <p>GARCIA DE MADARIAGA JESUS; RECUERO VIRTO NURIA; BLASCO GARCIA MARIA FRANCISCA</p> <p>Trabajo en curso</p>
<p>10:30H -11:00H</p>		<p>PAUSA-CAFÉ/ COFFEE BREAK</p>			
<p>SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS</p>	<p>11H-12:30H</p>	<p>ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO I <i>Idioma: inglés</i> <i>Modera:</i></p>	<p>INNOVACIÓN Y DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i></p>	<p>COMUNICACIÓN Y VENTAS I <i>IDIOMA: español</i> <i>Modera:</i></p>	<p>DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, GESTIÓN MINORISTA I <i>IDIOMA: español</i> <i>Modera:</i></p>
		<p><i>UNDERSTANDING OUTCOMES OF LIFELONG LEARNING EXPERIENCES IN ADULTS: A RELATIONSHIP MARKETING APPROACH</i></p> <p>WALESSKA SCHLESINGER, AMPARO CERVERA-TAULET, JOSÉ CANTÓ, JORGE HERMOSILLA</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>METODOLOGÍAS EN EL PRE-DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN</i></p> <p>VÉLEZ GARDOQUI ALEXANDER; BARRUTIA JOSÉ MARÍA; ETXEBARRIA CARMEN</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>LA DISTANCIA DE PODER Y LA PROMOCIÓN VENTAS EN LA FORMACIÓN DEL BRAND EQUITY EN REDES SOCIALES</i></p> <p>ESMERALDA CRESPO ALMENDROS BELEN PRADOS PEÑA LUCIA PORCU JUAN MIGUEL ALCÁNTARA PILAR</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>LA INFLUENCIA DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA DEL CONSUMIDOR EN LA GENERACIÓN DE VALOR DE MARCA DEL ESTABLECIMIENTO EN EL COMERCIO DETALLISTA</i></p> <p>GALLART CAMAHORT VALENTIN; NARANGAJAVANA KAOSIRI YEAMDUAN; CALLARISA FIOLE LUIS JOSE; SÁNCHEZ GARCIA JAVIER</p> <p>Ponencia</p>

		<p><i>HOW CAN THE USE OF AN OMNICHANNEL COMMUNICATION STRATEGY INFLUENCE THE LOYALTY OF EPISODIC VOLUNTEERS?</i></p> <p>MATO-SANTISO VANESSA; REY-GARCÍA MARTA; SANZO-PÉREZ MARÍA JOSÉ</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>LA INNOVACIÓN COMO ANTECEDENTE DE LA CREACIÓN DE VALOR AL CLIENTE EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURISTICOS ONLINE</i></p> <p>IGLESIAS ARGÜELLES, VÍCTOR; GONZÁLEZ ASTORGA, FERNANDO</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>FACTORES DETERMINANTES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SECTOR DEL LUJO</i></p> <p>PILAR ALARCÓN URBISTONDO; MARÍA MERCEDES ROJAS DE GRACIA; MARIO SIERRA MARTÍN</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>LOS VÍNCULOS QUE UNEN: ¿CÓMO CONSEGUIR CIENTES LEALES MEDIANTE LA EXPERIENCIA EMOCIONAL?</i></p> <p>SILVIA CACHERO-MARTÍNEZ Y RODOLFO VÁZQUEZ-CASIELLES</p> <p>Ponencia</p>
		<p><i>SOCIAL NORMS IN CHARITABLE GIVING</i></p> <p>MÍNGUEZ PENALVA ANA; SESÉ OLIVÁN F. JAVIER</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>SUPERVIVENCIA Y RIVALIDAD ENTRE PRODUCTOS</i></p> <p>CAMPAYO SÁNCHEZ FERNANDO; MAS RUIZ FRANCISCO JOSÉ; NICOLAU GONZÁLBEZ JUAN LUIS</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>COMPORTAMIENTO Y ENGAGEMENT DE LOS LÍDERES POLÍTICOS ESPAÑOLES DURANTE LA PRECAMPAÑA EN TWITTER</i></p> <p>MARÍA MERCEDES ROJAS DE GRACIA</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>¿CÓMO AFECTA LA INNOVACIÓN EN EL COMERCIO MINORISTA?</i></p> <p>MARÍN GARCÍA, ANTONIO, GIL-SAURA, IRENE, RUIZ-MOLINA, MARIA EUGENIA, SIMONA MOISE, MIHAELA</p> <p>Ponencia</p>
		<p><i>THE ROLE OF PERSONALITY IN THE EMOTIONAL RESPONSE TO NONPROFIT ORGANIZATIONS' ADVERTISEMENT AND IN THE WILLINGNESS TO DONATE</i></p> <p>MARIA FRANCISCA BLASCO LÓPEZ JESÚS GARCÍA-MADARIAGA INGRIT MOYA BURGOS PAMELA SIMÓN SANDOVAL</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>THE MODERATING EFFECT OF TRANSACTIVE MEMORY SYSTEMS ON THE RELATIONSHIP BETWEEN TEAM BOUNDARY SPANNING ACTIVITY AND PRODUCT CREATIVITY</i></p> <p>CARBONELL PILAR; RODRIGUEZ ESCUDERO ANA ISABEL; CHUANG YOU-TA</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>INFLUENCIA DE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRAFICAS DEL RESPONSABLE COMERCIAL EN EL CONTROL Y LA DISCIPLINA DEL EQUIPO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO</i></p> <p>MARTÍN CASTEJÓN PEDRO JUAN; RODRIGUEZ HERRERA ROCIO; BERNAL MANZANARES PEDRO</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>¿PUEDE UN E-RETAILER TENER ÉXITO EN LOS MARKETPLACE? CLAVES DE ÉXITO PARA ASEGURAR SU SUPERVIVENCIA</i></p> <p>CASTRO LÓPEZ, ADRIÁN; IGLESIAS ARGÜELLES, VÍCTOR; VÁZQUEZ CASIELLES, RODOLFO</p> <p>Trabajo en curso</p>
		<p><i>RISK OF OVEREXPLOITATION OF RED TUNA: IMPLICATIONS FOR VALUE CHAIN MANAGEMENT</i></p> <p>MARCELIANO RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, DOMINGO CALVO DOPICO, ESTEFANÍA MOURELLE ESPASANDÍN</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>BRAND DELETION STRATEGY: A CONFIGURATIONAL APPROACH</i></p> <p>TEMPRANO-GARCÍA VÍCTOR; RODRÍGUEZ-PINTO JAVIER; RODRÍGUEZ-ESCUADERO ANA ISABEL</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>ANÁLISIS DE LA EFICIENCIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DE LAS CADENAS HOTELERAS</i></p> <p>AURORA CALDERÓN-MARTÍNEZ; RICARDO SELLERS-RUBIO</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>ESTILOS DE VIDA RELACIONADOS CON LA ALIMENTACIÓN Y LA ELECCIÓN DEL FORMATO COMERCIAL</i></p> <p>JORGE ARENAS GAITÁN; BEGOÑA PERAL PERAL; JESÚS REINA</p> <p>Trabajo en curso</p>
		<p><i>CAMPAIGN FACTORS DETERMINING THE SUCCESS OF DONATION-BASED CROWDFUNDING FOR CHARITABLE CAUSES VIA DIGITAL PLATFORMS</i></p>	<p><i>KEY CAPABILITIES FOR INNOVATION IN LOW-END MARKETS</i></p> <p>LÓPEZ SÁNCHEZ JOSÉ ÁNGEL; SANTOS VIJANDE MARÍA LETICIA</p> <p>Ponencia</p>		<p><i>EL CENTRO COMERCIAL SMART Y VERDE: UNA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA DE LOS SERVICIOS DE TECNOLOGÍA Y AMBIENTE FÍSICO DE NATURALEZA JUSTO A LAS</i></p>



	NOELIA SALIDO-ANDRES, MARTA REY-GARCIA, LUIS IGNACIO ALVAREZ-GONZALEZ, RODOLFO VAZQUEZ-CASIELLES Ponencia			<i>DIMENSIONES UTILITARIA Y HEDONISTA DE LA VISITA</i> ORTEGÓN-CORTAZAR LEONARDO; ROYO-VELA MARCELO Ponencia
12:30H-14:00H	SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AUDITORIO) CONFERENCIA CÁTEDRA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Ko de Ruyter “When nothing is what it seems. Developing a Digital Marketing research agenda”			
14:00H-15:30H	ALMUERZO / LUNCH			
15:30H-17:30H	PRESENTACIÓN DE PÓSTERES / POSTERS’ PRESENTATION (CLAUSTRO GARCÍA MATOS)			

SESIONES PARALELAS /	15:30-17:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>	MARKETING MULTISECTORIAL (INDUSTRIAL, SERVICIOS, INTERNACIONAL, ETC.) I <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>	DOCENCIA EN MARKETING/ EDUCACIÓN SUPERIOR Y MARKETING I <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>	PRESENTACIÓN DE TESIS DOCTORALES <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>
		<i>UNA APROXIMACIÓN DINÁMICA A LAS DIMENSIONES DE VALOR PERCIBIDO SEGÚN SU CARÁCTER ACTIVO O REACTIVO</i> GALLARZA MARTINA G.; SÁNCHEZ FERNÁNDEZ RAQUEL; ARTEAGA MORENO FRANCISCO; DEL CHIAPPA GIACOMO Ponencia	<i>NEURAL EFFECTS OF DOMESTIC AND FOREIGN LABELING ON PRODUCT CHOICE: A NEUROIMAGING STUDY</i> LUIS-ALBERTO CASADO-ARANDA, JUAN SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, JOSÉ-ÁNGEL IBÁÑEZ-ZAPATA Ponencia	<i>PRESENCIA DE LA MUJER EN LA UNIVERSIDAD. SEGMENTACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES A PARTIR DE LOS INDICADORES DE RANKINGS INTERNACIONALES</i> LUQUE MARTÍNEZ TEODORO; FARAONI NINA; DOÑA TOLEDO LUIS Ponencia	<i>CALIDAD DEL SERVICIO, LEALTAD Y USO DE CUPONES ONLINE EN RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA</i> ROCÍO CARRANZA VALLEJO DIRECTOR/ES: ESTRELLA DÍAZ SÁNCHEZ Y DAVID MARTÍN-CONSUEGRA NAVARRO

	<p><i>IDENTIFICACIÓN DE TENDENCIAS GENERALES EN EL INTERÉS DE LOS TELESPECTADORES HACIA LAS SERIES DE TELEVISIÓN.</i></p> <p>ROJAS-LAMORENA, ÁLVARO J.; DEL BARRIO-GARCÍA, SALVADOR; ALCÁNTARA-PILAR, JUAN MIGUEL</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP COMMITMENT AND CUSTOMER INTEGRATION ON SUPPLY CHAIN PERFORMANCE: THE MODERATING ROLE OF TOP MANAGEMENT SUPPORT</i></p> <p>ABOUSAMRA, ALAA ABDELAZIZ; VARELA GONZÁLEZ, JOSÉ ANTONIO; RUZO SANMARTÍN, EMILIO; BENITO TORRES, J. LEANDRO</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>DISEÑO DE UN ENTORNO VIRTUAL PARA EL DESARROLLO DE UNA EXPERIENCIA COIL INTERNACIONAL</i></p> <p>FANDOS HERRERA CARMINA ; JIMÉNEZ MARTÍNEZ JULIO; ORUS SANCLEMENTE CARLOS; PINA PÉREZ JOSÉ MIGUEL</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>THE STRIDES OF CONSUMER NEUROSCIENCE: IDENTIFYING THE BRAIN MECHANISM UNDERLYING THE PROCESSING OF ADVERTISING AND E-COMMERCE</i></p> <p>LUIS ALBERTO CASADO ARANDA</p> <p>DIRECTOR: JUAN SÁNCHEZ FERNÁNDEZ</p>
	<p><i>INTEGRACIÓN DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO Y EL ENFOQUE DE LAS CAPACIDADES LOGÍSTICAS PARA EXPLICAR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN EL HOGAR</i></p> <p>MENDEZ CHRISTIAM; CAYCHO CARLOS; DELGADO GUADALUPE</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>CLASIFICACIÓN E IMPACTO DE LAS CRISIS DE IMAGEN DEL SECTOR HORTÍCOLA ESPAÑOL</i></p> <p>SERRANO ARCOS MARÍA DEL MAR; SÁNCHEZ FERNÁNDEZ RAQUEL; PÉREZ MESA JUAN CARLOS</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>IS QUALITY A KEY TO PERCEIVE SUPPORT AND E-LEARNING CONTINUOUS USE?</i></p> <p>PRODANOVA JANA; JIMÉNEZ NADIA; SANMARTÍN SONIA; JERÓNIMO ESTEFANÍA</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>TOURISME EXPERIENCE CO-CREATION: A SERVICE-DOMINANT LOGIC-DRIVEN MODEL</i></p> <p>AINHIZE ELETXIGERRA HERNÁNDEZ</p> <p>DIRECTOR/ES: JOSÉ MARÍA BARRUTIA LEGARRETA Y M^ª CARMEN ETXEBARRIA MIGUEL</p>
	<p><i>EL ROL DE LA ANIMOSIDAD, DEL ETNOCENTRISMO Y DE LA DISTANCIA CULTURAL PERCIBIDA EN ENCUENTROS DE SERVICIO EN CONTEXTOS DE MIGRACIÓN Y REFUGIO: EL CASO DEL LÍBANO</i></p> <p>BEATRIZ DE QUERO NAVARRO, KARINE AOUN BARAKAT, CLIFFORD J. SHULTZ II, RAFAEL ARAQUE PADILLA, MARÍA JOSE MONTERO SIMÓ</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>VALOR DE MARCA, REPUTACIÓN Y CUSTOMER ENGAGEMENT: UN ANÁLISIS CROSS-SECTORIAL EN EL ÁMBITO DE SERVICIOS EXPERIENCIALES</i></p> <p>FUENTES-BLASCO, M.; CAMBRA-FIERRO, J.; HUERTA, R.</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>THE ROLE OF EMOTIONS, PERCEIVED QUALITY AND TEACHER PERSONALITY TRAITS ON ICT ADOPTION IN TEACHING. A THEORETICAL MODEL</i></p> <p>CARLA RUIZ, ENRIQUE BIGNE, ALBERTO BADENES, LUISA ANDREU</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>ENGAGING USERS THROUGH GAMIFICATION. THE ROLE OF EMOTIONS, MOTIVATION, AND FLOW</i></p> <p>SARA CATALÁN GIL</p> <p>DIRECTOR/ES: ISABEL BULL CARRASCO Y EVA M^ª MARTÍNEZ SALINAS</p>
	<p><i>LOS SERVICIOS DE TRANSFORMACIÓN COMO ATENUANTES DE LA PRIVACIÓN RELATIVA EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE</i></p> <p>PINCAY PILAY MERCEDES; LOPEZ LOPEZ INES; RUIZ DE MAYA SALVADOR</p> <p>Trabajo en Curso</p>	<p><i>THE BENEFIT OF THE JOURNEY: A LONGITUDINAL STUDY ON B2B CUSTOMER JOURNEY</i></p> <p>ANDREEA TRIFU, JESÚS CAMBRA FIERRO, YOLANDA POLO REDONDO</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p><i>ANTECEDENTS OF UNIVERSITY STUDENTS' ADVOCACY INTENTION: THE MODERATING EFFECT OF THE GENDER</i></p> <p>ABDELHAMID K. ABDELMAABOUD, ANA ISABEL POLO PEÑA, ABEER A. MAHROUS, WAEL KORTAM</p> <p>Ponencia</p>	<p><i>DRIVERS OF BRAND DELETION OUTCOMES: CAUSES, DECISION-MAKING AND IMPLEMENTATION</i></p> <p>VICTOR TEMPRANO GARCIA</p> <p>DIRECTORES: ANA ISABEL RODRÍGUEZ ESCUDERO Y JAVIER RODRÍGUEZ PINTO</p>
	<p><i>ARE CUSTOMERS PROUD OF THE PRODUCTS THEY CUSTOMIZE?</i></p>	<p><i>ARE CORE MARKETING PRINCIPLES APPLIED BY MARKETING TEACHERS? A LOYALTY</i></p>		<p><i>BIOFILIA EN EL CENTRO COMERCIAL: ATRACCIÓN DEL AMBIENTE DE</i></p>

	ALARCÓN LÓPEZ ROCÍO; RUIZ DE MAYA SALVADOR; LÓPEZ LÓPEZ INÉS Trabajo en curso	<i>ANALYSIS FOR MARKETING AND NON-MARKETING ALUMNI</i> PAULO ALEXANDRE DE OLIVEIRA DUARTE Y MÁRIO LINO BARATA RAPOSO Ponencia		<i>NATURALEZA Y SU EFECTO SOBRE LA IMAGEN, LOS ESTADOS AFECTIVOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES</i> EDWIN LEONARDO ORTEGON CORTÁZAR DIRECTOR: MARCELO ROYO VELA
	<i>THE INFLUENCE OF CONSUMER ETHNOCENTRISM AND CONSUMER ANIMOSITY ON BRAND LOYALTY OF SMART PHONE USERS</i> MOHAMMED N A BOWABSAK, M. LUISA DEL RÍO, M.CONCEPCIÓN VARELA-NEIRA, M.TERESA GARCÍA-GARAZO Ponencia			<i>SOCIAL MARKETING AND DIGITAL PLATFORMS: DONATION-BASED CROWDFUNDING CAMPAIGNS</i> NOELIA SALIDO ANDRÉS DIRECTOR/ES: MARTA REY GARCÍA Y RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

SESIONES PARALELAS /	17:30H-19:30H	ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO II <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>	DOCENCIA EN MARKETING/ EDUCACIÓN SUPERIOR Y MARKETING II <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING II <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>	MARKETING TURÍSTICO II <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>
		EL ROL DE LAS EMOCIONES ANTICIPADAS EN EL COMPORTAMIENTO DEL DONANTE DE SANGRE JOSEFA D. MARTÍN SANTANA EVA REINARES LARA Y LAURA ROMERO DOMÍNGUEZ Ponencia	MEJORA EL RENDIMIENTO DEL ANÁLISIS CONJUNTO: DISEÑO ESTADÍSTICO BASADOS EN SUBCONJUNTOS Y ORGANIZADOS EN BLOQUES RUBEN HUERTAS-GARCIA Ponencia	¿SON LOS INFLUENCERS REALMENTE INFLUYENTES? ANÁLISIS DEL APEGO EMOCIONAL Y EL VALOR DE LA INFORMACIÓN EN EL PROCESO DE INFLUENCIA SÁNCHEZ FERNÁNDEZ RAQUEL; JIMÉNEZ CASTILLO DAVID; GÓMEZ JUAN DE LA CRUZ JESÚS Ponencia	DETECCIÓN DE LOS TEMAS MÁS DESTACADOS EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE RESTAURANTES. UN ENFOQUE LONGITUDINAL CON CO-WORD ANALYSIS RODRÍGUEZ-LÓPEZ, M.E., ALCÁNTARA-PILAR, J.M., DEL BARRIO-GARCÍA, S., Y MUÑOZ-LEIVA, F. Ponencia

	<p>LOS EFECTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA DONACIÓN DE SANGRE</p> <p>JOSEFA D. MARTÍN SANTANA, LUCIA MELIÁN ALZOLA Y ASUNCIÓN BEERLI PALACIO</p> <p>Ponencia</p>	<p>EL ROL DE LA CREATIVIDAD EN EL ECOSISTEMA DE STARTUPS Y EMPRENDEDORES</p> <p>PALOS-SANCHEZ PEDRO R.; SAURA JOSE RAMÓN; ROBINA RAMÍREZ, RAFAEL; REYES-MENENDEZ ANA</p> <p>Ponencia</p>	<p>DOES CULTURAL BACKGROUND MATTER IN SOCIAL COMMERCE?</p> <p>HERRANDO CAROLINA; JIMÉNEZ-MARTÍNEZ JULIO; MARTÍN-DE HOYOS MARÍA JOSÉ</p> <p>Ponencia</p>	<p>LA BÚSQUEDA DE LA LEALTAD EN UN SITIO ARQUEOLÓGICO: ¿EL TIPO DE LEALTAD HACE UNA DIFERENCIA?</p> <p>NURIA HUETE-ALCOCER, MARÍA PILAR MARTÍNEZ-RUIZ, VICTOR RAUL LÓPEZ-RUIZ, ALICIA IZQUIERDO-YUSTA</p> <p>Ponencia</p>
	<p>¿QUÉ FACTORES EXPLICAN LA INTENCIÓN DE GENERAR BOCA OREJA ELECTRÓNICO SOBRE NOTICIAS DE RSC?</p> <p>GARCÍA DE LOS SALMONES, MARIA DEL MAR; HERRERO, ANGEL; MARTINEZ, PATRICIA</p> <p>Ponencia</p>	<p>CALIDAD Y SATISFACCIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA ESCALA SERVPERF</p> <p>LILIA YOLANDA NOYOLA AGUILAR, ANA MARÍA CAMPÓN CERRO, BÁRBARA SOFÍA PASACO GONZÁLEZ</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>DOES THE GENERATION OF FLOW EXPERIENCE AFFECT TO CONSUMER BEHAVIOUR IN FASHIOS PRODUCTS?</p> <p>AGUSTÍN V. RUIZ VEGA; CONSUELO RIAÑO GIL; AURORA AGUADO GONZÁLEZ</p> <p>Ponencia</p>	<p>MARKETING Y TURISMO: FOCOS DE INVESTIGACIÓN DE LOS AÑOS 1983-2018 EN LA WEB OF SCIENCE</p> <p>CINTIA LOOS PINTO, MARIANA MARINHO DA COSTA LIMA PEIXOTO, NURIA HUETE ALCOCER, LAURA MERCEDES AVELLANEDA RIVERA</p> <p>Ponencia</p>
	<p>TU PORCIÓN JUSTA: ANÁLISIS DE LOS RECLAMOS PUBLICITARIOS EN LA INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN PARA MENORES</p> <p>ANA Mª IRLES VEGARA, JUAN MIGUEL REY-PINO, DAVID MOLINA MUÑOZ, AGUSTINA MOZZONI, ELIANA JUNCOS</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>LA SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES</p> <p>LUQUE MARTÍNEZ TEODORO; DOÑA TOLEDO LUIS; FARAONI NINA</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL CONSUMIDOR EN LA GENERACIÓN DE VALOR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES</p> <p>CARLOTA LORENZO ROMERO, MARÍA CORDENTE RODRÍGUEZ, Mª ENCARNACIÓN ANDRÉS MARTÍNEZ Y JUAN ANTONIO MONDÉJAR JIMÉNEZ</p> <p>Ponencia</p>	<p>¿INFLUYE EL PROCESO DE DECISIÓN EN LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS?</p> <p>MARÍA MERCEDES ROJAS DE GRACIA; PILAR ALARCÓN URBISTONDO; RAFAEL ANAYA SÁNCHEZ; ROCÍO AGUILAR ILLESCAS</p> <p>Ponencia</p>
	<p>IMPACTO DE LA RSC EN EL VALOR DE EMPRESA: PERCEPCIONES DE MANAGERS EN EL CONTEXTO DE UNA ECONOMÍA EMERGENTE</p> <p>CAMBRA-FIERRO, J.; FLORES-HERNÁNDEZ, A.; VÁZQUEZ-CARRASCO, R.</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>USO DE LAS TIC EN CONTEXTOS EDUCATIVOS: ESTUDIO DE SU PROCESO DE ACEPTACIÓN</p> <p>MARIA CORDENTE RODRIGUEZ, JUAN JOSE VILLANUEVA ALVARO, JUAN ANTONIO MONDEJAR JIMENEZ</p> <p>Ponencia</p>	<p>THE EFFECTS OF VIRTUAL REALITY ON CONSUMER LEARNING: AN EXPERIMENTAL APPROACH IN CRUISE TOURISM</p> <p>VÍCTOR MARTÍNEZ-MOLÉS, CARMEN PEREZ-CABAÑERO, AMPARO CERVERA-TAULET</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>INFLUENCIA DE LA D.O.P. SOBRE LA LEALTAD, NOTORIEDAD Y CALIDAD PERCIBIDA DEL DESTINO TURÍSTICO EN OLEOTURISMO.</p> <p>SERGIO LÓPEZ SALAS, ELENA DE FELIPE Y MASA Y Elide Di Clemente</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>¿SON EFECTIVAS LAS IMÁGENES EXPLÍCITAS USADAS EN LAS CAMPAÑAS DE SEGURIDAD VIAL?</p> <p>GARCÍA DE MADARIAGA MIRANDA JESÚS; BLASCO LÓPEZ MARÍA FRANCISCA; MOYA</p>		<p>DRIVERS AND INHIBITORS OF VIDEO GAME ADDICTION</p> <p>CARMEN CAMARE IZQUIERDO, REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO, SONIA SAN</p>	<p>AUTENTICIDAD Y CALIDAD GLOBAL DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN EL CONTEXTO DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR.</p>



AEMARK

XXXI CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING
Cáceres, del 11 al 13 de septiembre de 2019

	<p>BURGOS INGRIT; ALIAGAS OCAÑA IRENE; SEPÚLVEDA PALOMO MARTA; SIMÓN SANDOVAL PAMELA</p> <p>Trabajo en curso</p>		<p>MARTÍN GUTIERREZ Y NADIA JIMÉNEZ TORRES</p> <p>Trabajo en curso</p>	<p>PROPUESTA DE UN MODELO TEÓRICO PARA SU ESTUDIO</p> <p>BARBARA SOFIA PASACO GONZALEZ, ELIDE DI CLEMENTE, SERGIO LÓPEZ SALAS</p> <p>Trabajo en curso</p>
	<p>LA PREOCUPACIÓN MEDIOAMBIENTAL COMO MODERADOR DEL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: UN ESTUDIO FMRI</p> <p>DIEGO GÓMEZ-CARMONA; FRANCISCO MUÑOZ-LEIVA; FRANCISCO LIÉBANA- CABANILLAS; ELENA HIGUERAS-CASTILLA</p> <p>Ponencia</p>		<p>DON'T WEAR ME OUT! THE EFFECT OF TWEET REPETITION</p> <p>MANUELA LÓPEZ, CARMEN HIDALGO- ALCÁZAR, PAUL LEGER</p> <p>Trabajo en curso</p>	
			<p>BE SEAMLESS AND GET A FLOWING SHARED EXPERIENCE</p> <p>PAULA RODRÍGUEZ-TORRICO, REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO, SONIA SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, LAUREN TRABOLD</p> <p>Trabajo en curso</p>	
21:30H	CENA / DINNER			

VIERNES, 13 DE SEPTIEMBRE DE 2019 // FRIDAY, SEPTEMBER 13TH, 2019

		AUDITORIO	SALA MIGUEL HERNÁNDEZ - COLEGIO OFICIAL DE GESTORES ADMINISTRATIVOS DE EXTREMADURA	SALA EUROPA - CAJA RURAL DE EXTREMADURA	SALA GARCÍA MATOS
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	08:30H-10:30H	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR III <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>	MARKETING MULTISECTORIAL (INDUSTRIAL, SERVICIOS, INTERNACIONAL, ETC.) II <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>	TIC, E-MARKETING Y MOBILE MARKETING III <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>	MARKETING TURÍSTICO III <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>
		INVARIANZA DE MEDIDA DE LAS PUNTUACIONES DE LA ESCALA DE PERSONALIDAD DE TIENDAS EN HOMBRES Y MUJERES CARMEN GARCÍA GARCÍA Y ROCÍO MAGRO BLANCO Ponencia	EFFECTO DEL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS ONLINE EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS FRANCISCO PECO TORRES, ANA ISABEL POLO PEÑA, DOLORES MARÍA FRÍAS JAMILENA Ponencia	ANTECEDENTES Y CONSECUENTES DE LA SATISFACCIÓN ONLINE: EL CASO DE LAS WEBS COMPARADORAS DE PRECIOS DE MODA ANAYA SÁNCHEZ, RAFAEL; BAENA REYES, CARMEN MARÍA; AGUILAR ILLESCAS, ROCÍO; ROJAS DE GRACIA, MARÍA MERCEDES Ponencia	¿FACILITAN LAS FUENTES DE INFORMACIÓN GENERADORAS DE CONTENIDO LA FORMACIÓN DEL CAPITAL DE MARCA DE UN DESTINO? EFECTO MODERADOR DE LA DISTANCIA AL PODER Y LA AVERSIÓN AL RIESGO MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ MOLINA CARMEN MARÍA SABIOTE-ORTIZ DOLORES MARÍA FRÍAS-JAMILENA JOSÉ ALBERTO CASTAÑEDA-GARCÍA SALVADOR DEL BARRIO-GARCÍA Ponencia
		CEESCALE: UNA PROPUESTA ALTERNATIVA A GETSCALE PARA MEDIR EL ETNOCENTRISMO DEL CONSUMIDOR JOSE FELIPE JIMENEZ GUERRERO, JUAN CARLOS PEREZ MESA, JORGE TARIFA FERNANDEZ Ponencia	EFFECTO DE LOS ACUERDOS DE COOPERACIÓN EMPRESA - ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA EN LA INNOVACIÓN SOCIAL. EVIDENCIAS DESDE LA ÓPTICA DE LAS EMPRESAS SOCIALES MARÍA JOSÉ SANZO PÉREZ Y LUIS IGNACIO ALVAREZ GONZÁLEZ Ponencia	¿EN QUÉ SE FIJAN LOS CONSUMIDORES EN UN ESTABLECIMIENTO ONLINE?: UN ESTUDIO DE EYE-TRACKING DEL ÁREA DE PRODUCTO MÓNICA CORTIÑAS, RAQUEL CHOCARRO, ARANTXA VILLANUEVA Ponencia	ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS DE LA SATISFACCIÓN EN EL CONTEXTO B2B TURÍSTICO BEATRIZ MOLINER VELÁZQUEZ, MARÍA FUENTES BLASCO, IRENE GIL SAURA Ponencia
		VALOR PERCIBIDO EN EL COMERCIO SOCIAL: UNA EXPLORACIÓN DE SUS ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS MOLINILLO JIMÉNEZ, SEBASTIÁN; AGUILAR ILLESCAS, ROCÍO; ANAYA SÁNCHEZ,	EL VALOR PERCIBIDO DEL EMPLEADO SOBRE LOS PROGRAMAS DE MARKETING INTERNO SILVIA SIEVERS, CARMEN ABRIL Trabajo en curso	LA ERA DIGITAL Y SU IMPACTO EN LA COOPERATIVA AGROALIMENTARIA: ANÁLISIS DE LA PRESENCIA EN INTERNET Y EL USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DE LAS COOPERATIVAS CATALANAS	LAS REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO Y LA INTENCIÓN DE VISITA AGUILAR-ILLESCAS ROCÍO; MATAS-ARAGÓN NATALÍA; ROJAS-DE GRACIA

	<p>RAFAEL; LIÉBANA CABANILLAS, FRANCISCO J. Ponencia</p>		<p>CRISTÓBAL FRANSI EDUARD; MONTEGUT SALLA YOLANDA; DARIES RAMON NATALIA; FERRER ROSELL BERTA Ponencia</p>	<p>Mª MERCEDES; ANAYA-SÁNCHEZ RAFAEL Ponencia</p>
	<p>IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE UN SISTEMA HEURÍSTICO ORIENTADO AL CONSUMIDOR EN EL ETIQUETADO NUTRICIONAL Y DE SALUD FRANCISCO JOSÉ, TORRES-RUIZ; MANUELA VEGA-ZAMORA; CARLA MARANO-MARCOLINI Trabajo en curso</p>	<p>INFLUENCIA DE LA TECNOLOGÍA EN UN MODELO DE COCREACIÓN DE VALOR Y CAPITAL DE MARCA EN LA COMUNIDAD VIRTUAL NATALIA RUBIO; NIEVES VILLASEÑOR, MARIA JESÚS YAGÜE Trabajo en curso</p>	<p>DETECTION OF CUSTOMER EXPERIENCE (CX) IN SOCIAL PLATFORMS USING TEXT CATEGORIZATION. JUAN BUSTAMANTE Ponencia</p>	<p>ANTECEDENTES Y EFECTOS DEL ENGAGEMENT DEL CONSUMIDOR CON LOS RESTAURANTES EN INSTAGRAM ESTEFANIA BALLESTER CHIRICA Y CARLA RUIZ MAFÉ Ponencia</p>
	<p>¿QUÉ DESATA UN ONLINE FIRESTORM? ALICIA BERNAL PALAZON, MARIA ELENA DELGADO BALLESTER, INÉS LÓPEZ LÓPEZ Trabajo en curso</p>	<p>HABLANDO POR OTRO. INFLUENCIA DEL ACOMPAÑANTE SOBRE EL BIENESTAR EL PACIENTE SUÁREZ VÁZQUEZ ANA; DEL RÍO LANZA ANA BELÉN; SUÁREZ ÁLVAREZ LETICIA Trabajo en curso</p>	<p>CARACTERÍSTICAS DE LOS VÍDEOS EN YOUTUBE Y SU INFLUENCIA EN LA POPULARIDAD JENNY PELÁEZ-MUÑOZ, CARLOS OSORIO-ANDRADE, AUGUSTO RODRÍGUEZ-OREJUELA Ponencia</p>	<p>REVISITANDO LA CADENA CALIDAD-VALOR-SATISFACCION-LEALTAD PARA CLIENTES INDUSTRIALES EN AGENCIA DE VIAJES GRANADOS, JUAN C.; PÉREZ, LEONOR M.; PEDRAZA, JOSÉ A.; GALLARZA, MARTINA G. Ponencia</p>
	<p>¿CÓMO SON LOS USUARIOS QUE INICIAN UN ONLINE FIRESTORM CONTRA LA MARCA? ALICIA BERNAL PALAZÓN, MARIA ELENA DELGADO BALLESTER, INÉS LÓPEZ LÓPEZ Trabajo en curso</p>	<p>EFFECTOS DE LA MACRO Y MICRO IMAGEN DE ESPAÑA EN LA FORMACIÓN DE LAS PREFERENCIAS DE LOS CIUDADANOS EUROPEOS HACIA LAS MARCAS ESPAÑOLAS DE ROPA Y VINO GARCIA DE LOS SALMONES, MARIA DEL MAR; HERRERO, ANGEL; SAN MARTÍN, HÉCTOR Ponencia</p>	<p>LA GAMIFICACIÓN EN APLICACIONES MÓVILES DEPORTIVAS: FACTORES DETERMINANTES DE LA MOTIVACIÓN PAULA BITRIÁN ARCAS, ISABEL BUIL CARRASCO, SARA CATALÁN GIL Trabajo en curso</p>	<p>PERCEPCIÓN SOBRE CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO EN DESTINOS TURÍSTICOS CULTURALES. UNA DOBLE PERSPECTIVA: TURISTAS VS RESIDENTES JOSÉ MARÍA VALERO GARCÍA Trabajo en curso</p>
	<p>EFFECTO DE LA MÚSICA AMBIENTAL COMO FACTOR DE ESTRÉS PSICOLÓGICO Y PERTURBACIÓN AFECTIVA EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR MELIS AZABAN CAMILO; VELICIA-MARTIN FELIX; MONTIEL JUAN F Ponencia</p>		<p>SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CLIENTE EN UN CONTEXTO ONMICANAL: EL SECTOR DE LA MODA RÁPIDA RAQUEL CHOCARRO, MÓNICA CORTIÑAS Y MARGARITA ELORZ Trabajo en curso</p>	<p>LAS EXPERIENCIAS TURÍSTICAS MEMORABLES (MTEs): ANÁLISIS DE SUS ANTECEDENTES Y CONSECUENCIAS Mª PILAR ANÍA MELÓN, CARMINA FANDOS HERRERA Y RAQUEL GURREA SARASA Ponencia</p>
			<p>ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA INVESTIGACIÓN EN DESTINOS</p>	



				<p>TURÍSTICOS INTELIGENTES: UN ÁREA CON FUTURO ANA BELÉN BASTIDAS MANZANO, LUIS ALBERTO CASADO ARANDA, JUAN SÁNCHEZ FERNÁNDEZ Trabajo en curso</p>
10:30H-11:00H	PAUSA-CAFÉ / COFFEE BREAK			
11:00H-12:30H	<p>SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AUDITORIO) MEET THE EDITORS Modera: Brian Ratchford, Co-Editor in Chief, Journal of Interactive Marketing Cleopatra Veloutsou, Co-Editor in Chief, Journal of Product and Brand Management Debbie Keeling, Regional Editor (Europe), European Journal of Marketing</p>			
12:30H-14:00H	<p>SESIÓN PLENARIA / PLENARY SESSION (AUDITORIO) JUNTA GENERAL DE AEMARK / AEMARK ANNUAL MEETING</p>			
14:00H-15:30H	ALMUERZO / LUNCH			

		ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO III <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, GESTIÓN MINORISTA II <i>Idioma: español-inglés</i> <i>Modera:</i>	COMUNICACIÓN Y VENTAS II <i>Idioma: inglés</i> <i>Modera:</i>	MARKETING TURÍSTICO IV <i>Idioma: español</i> <i>Modera:</i>
SESIONES PARALELAS / PARALLEL SESSIONS	15:30H-17:30H	¿NOS CEÑIMOS A LOS RESULTADOS O CONTAMOS TODA LA HISTORIA?" STORYTELLING VS. MENSAJES ARGUMENTATIVOS EN LA COMUNICACIÓN DE RSE PEREZ, ANDREA; BARAIBAR-DIEZ, ELISA; GARCÍA DE LOS SALMONES, M ^a DEL MAR Ponencia	IDENTIFYING DUAL MANUFACTURERS ACROSS THE PRIVATE-LABEL PORTFOLIO PÉREZ SANTAMARÍA, SAMANTA; MARTOS PARTAL, MERCEDES Ponencia	ADAPTING AD FORMATS TO DIFFERENT AUDIENCES: BRAND RECALL IN ONLINE VIDEO ADS BELANCHE, D., FLAVIÁN, C. PÉREZ-RUEDA, A. Ponencia	DETERMINANTES DE LA REPETICIÓN DE DESTINO DEL CICLOTURISTA. SEGMENTOS Y GASTO FRANCISCO REJÓN GUARDIA Ponencia
		EXPLICANDO EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR POLÍTICO: EL ACTIVISMO DE LOS MIEMBROS DE LAS ORGANIZACIONES JUVENILES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS ESPAÑOLES FRANCISCO JAVIER ALARCÓN GONZÁLEZ Y FRANCISCO JOSÉ TORRES RUIZ Ponencia	DESIGUALDAD GEOGRÁFICA EN EL ACCESO A SERVICIOS COMERCIALES: UNA EVIDENCIA EN CON-CÓN (CHILE) LUIS MANUEL CERDÁ SUÁREZ; MARTÍN GARCÍA VAQUERO Ponencia	RELEVANCE OF SALESPEOPLE PROFILE: AN ANALYSIS IN AN EMERGING ECONOMY ARDITTO, L.; CAMBRA-FIERRO, J.; OLAVARRIA, A.; VÁZQUEZ-CARRASCO, R. Trabajo en curso	PROPUESTA DE UNA ESCALA PARA LA MEDICIÓN DE LA HOSPITALIDAD (HOSPITABLENESS) RESIDENTE-TURISTA MARIA-JOSE MIQUEL ROMERO, AMPARO CERVERA-TAULET, WALESSKA SCHLESINGER Ponencia
		EL CONSUMO SOCIALMENTE RESPONSABLE: UN ESTUDIO DE SUS FACTORES EXPLICATIVOS PALACIOS-GONZÁLEZ M ^a MANUELA; CHAMORRO-MERA ANTONIO; JANITA-MUÑOZ M ^a SOLEDAD Ponencia	LA INFLUENCIA DE LA MARCA DEL DISTRIBUIDOR EN EL VALOR DEL ESTABLECIMIENTO: MODELO COMBINADO DE RELACIONES SERGIO LÓPEZ SALAS Y ALEJANDRO DEL MORAL AGÚNDEZ Ponencia	SOCIAL DISTANCE BETWEEN SALES MANAGERS AND THEIR EMPLOYEES KANGARLOU, B.; HUERTAS-GARCIA, T.; SOLE-MORO, M.L. Trabajo en curso	LA ACTITUD DE LOS RESIDENTES HACIA EL ALQUILER VACACIONAL P2P EN LAS ZONAS NO TURÍSTICAS DE UN DESTINO: EL EFECTO DE LA DISTRIBUCIÓN DEL BENEFICIO DESIDERIO GUTIÉRREZ TAÑO; RICARDO J. DÍAZ ARMAS; JOAN B. GARAU VADELL Ponencia

	<p>SEGMENTACIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS SEGÚN SU CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL. EL CASO ESPAÑOL CHAMORRO-MERA, GARCÍA-GALLEGO, DÍAZ-MÉNDEZ Ponencia</p>	<p>IMPACTO EN LA DEMANDA DE LOS PRECIOS TERMINADOS "EN 9" Y "EN 0" EN EL COMERCIO ON LINE DE GRAN CONSUMO. LÓPEZ PASTOR MARCIAL; GARCÍA DE MADARIAGA MIRANDA JESÚS; SÁNCHEZ HERRERA JOAQUÍN Trabajo en curso</p>	<p>IMPORTANCE OF AESTHETICS ON INTENTION TO USE SMARTPHONE IN YOUNG PEOPLE PATRICIO RAMIREZ-CORREA; F. JAVIER RONDÁN-CATALUÑA; TARCILLA MARIANO MELLO; ANTONIO NAVARRO-GARCÍA Ponencia</p>	<p>LA FORMACIÓN DEL CAPITAL DE MARCA DE UN DESTINO TURÍSTICO A PARTIR DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA GENERADA EN SOCIAL MEDIA PATRICIA MARÍA CARRASCO GARCÍA, DOLORES MARÍA FRÍAS JAMILENA, ANA ISABEL POLO PEÑA Ponencia</p>
	<p>ANTECEDENTES DEL APRENDIZAJE DE LA RELACIÓN EN ACUERDOS DE COLABORACIÓN ENTRE EMPRESAS Y ONL MARÍA JESÚS BARROSO MÉNDEZ - CLEMENTINA GALERA CASQUET - VÍCTOR VALERO AMARO Ponencia</p>	<p>WEBROOMERS VERSUS SHOWROOMERS: ¿DOS CARAS DE LA MISMA MONEDA? HERRERO CRESPO ÁNGEL; VIEJO FERNÁNDEZ NURIA; SANZO PÉREZ MARÍA JOSÉ; COLLADO AGUDO JESÚS Ponencia</p>		<p>LA PERCEPCIÓN DE MASIFICACIÓN TURÍSTICA EN PUERTOS DE CRUCERO EVALUADA POR EL MÉTODO MIXTO SILVIA SANZ-BLAS; DANIELA BUZOVA; AMPARO CERCERA-TAULET; WALESSKA SCHLESINGER Trabajo en curso</p>
	<p>LA IMPORTANCIA DEL EMISOR EN LA COMUNICACIÓN BOCA-OÍDO DE LA RSC CLAUDIA XIMENA AGUIRRE, SALVADOR RUIZ DE MAYA, MARIA DOLORES PALAZON VIDAL, AUGUSTO RODRIGUEZ Trabajo en curso</p>			
	<p>ASPECTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES EN EL CONSUMO DE MODA SOSTENIBLE, ¿QUÉ PESA MÁS? ANDREA PÉREZ; JESÚS COLLADO Trabajo en curso</p>			
	<p>PAPEL DE LA RESISTENCIA A CAMBIAR Y DEL RIESGO PERCIBIDO SOBRE LA INTENCIÓN DE REDUCIR EL CONSUMO DE AGUA FRANCISCO J. SARABIA-SÁNCHEZ; ISABEL P. RIQUELME; JUAN MANUEL BRUNO Trabajo en curso</p>			



17:30H- 19:00H	CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS / CLOSING CEREMONY AND AWARDS
21:15H	CENA DE GALA / GALA DINNER