

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos más llamativos del comportamiento del mercado en el momento actual es su elevada dosis de bipolaridad. En los consumidores se observa un nivel creciente de escepticismo, e incluso rechazo, hacia las comunicaciones comerciales. Sin embargo, crece el peso que otorgan a la información que aportan otros consumidores. El texto como herramienta de comunicación pierde fuerza, tanto en los canales tradicionales como digitales. Por el contrario, triunfa el poder de la imagen asistiéndose a una revolución visual. En un entorno de información creciente, el nivel de atención de los consumidores disminuye. El objetivo de esta reunión científica es reflexionar sobre estas cuestiones aportando ideas relevantes desde un punto de vista tanto teórico como aplicado. Para ello, se cuenta con la participación de prestigiosos investigadores nacionales e internacionales que expondrán sus trabajos más recientes.

PERFIL

Esta Reunión Científica puede resultar de interés para investigadores especializados en el campo del marketing y la investigación de mercados, para estudiantes de grado y postgrado, para empresarios y profesionales del marketing, para responsables políticos y técnicos en materia comercial y de nuevas tecnologías y para representantes de asociaciones empresariales a nivel de fabricante y detallista.

*Cátedra Fundación Ramón Areces de
Distribución Comercial*

www.fundacionareces.es

<http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es>

IX Reunión Científica

***Marketing insights:
qué ven, qué hacen y qué
dicen los consumidores***

Oviedo, 18 y 19 de mayo de 2017

**FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES**

Vitruvio, 5
28006 Madrid
Tel. 91 515 89 80



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

**FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES**

**CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

PROGRAMA

JUEVES 18 DE MAYO DE 2017

15:30h-15:45h **Recepción**

15:45h-16:00h **Inauguración y presentación**
JUAN TRESPALACIOS GUTIÉRREZ
Universidad de Oviedo
EDUARDO ESTRADA ALONSO
Universidad de Oviedo
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES
Universidad de Oviedo

16:00h-17:45h **Mesa Redonda La investigación de la influencia cliente-cliente**

Moderador: **Javier de la Ballina Ballina**
Universidad de Oviedo

MARINA ZANFARDINI

Universidad Nacional del Comahue (Argentina)
El eWOM sobre destinos turísticos. Un análisis comparativo de destinos españoles y argentinos

CAROLINA HERRANDO

Universidad de Zaragoza
The role of active and passive sWOM: Does participation affect eLoyalty?

MARTA NIETO

Universidad de Salamanca
La influencia del EWOM en la disposición a pagar por un establecimiento turístico y el papel moderador del precio

17:45h-18:00h **Pausa Café**

18:00h-19:45h **Mesa Redonda La integración de variables comportamentales en las decisiones comerciales**

Moderador: **Víctor Iglesias Argüelles**
Universidad Oviedo

XABIER OLABARRIETA

Universidad del País Vasco
El nivel de actividad comercial como factor de competitividad urbana. Un estudio aplicado en la ciudad de Bilbao

VÍCTOR GARCÍA

Universidad de Valladolid
Ejecución de la decisión de eliminación de una marca: Impacto de los factores estructurales y de comportamiento interpersonal en el resultado

PRIMITIVA PASCUAL

Universidad de Oviedo
La co-creación de nuevos servicios y sus efectos en el resultado de la innovación

VIERNES 19 DE MAYO DE 2017

9:00h-10:15h **MICHEL WEDEL**
University of Maryland
Visual marketing: what to see and how to be seen

Michel Wedel is Distinguished University Professor and PepsiCo Chair Professor of Consumer Science in the University of Maryland. He has the Charles C. Parlin Marketing Research Award from the American Marketing Association and he has been ranked First Marketing scholar in the world based on number of A-publications (2006). His main research interest is in Consumer Science: the application of statistical and econometric methods to further the understanding of consumer behavior and to improve marketing decision making. Much of his recent work has measured the effectiveness of visual marketing using eye-tracking technology.

10:15h-11:30h **JIE ZHANG**
University of Maryland
Online cart abandonment

Jie Zhang is a Professor of Marketing and the Harvey Sanders Fellow of Retail Management at the University of Maryland. She has published articles in leading marketing and management journals such as Marketing Science, the Journal of Marketing Research, and Management Science. Her research has twice been selected as a finalist for the Paul Green Award by the Journal of Marketing Research, has won the Procter & Gamble Marketing Innovation Research Award, the MSI-ACR "Shopper Marketing" Research Proposal Competition, and has been sponsored by the Marketing Science Institute.

12:00h-13:30h **Marketing Colloquium**

SEDE DE LA REUNIÓN CIENTÍFICA

Sala de Grados
Facultad de Economía y Empresa
Avenida del Cristo s/n OVIEDO (33006)

COORDINADORES

D^a. ANA SUÁREZ VÁZQUEZ
D. JAVIER DE LA BALLINA BALLINA
D. VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES
D. EDUARDO ESTRADA ALONSO
D. JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ
D. RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Inscripción gratuita
Certificado de asistencia

Se ruega inscripción a la Reunión a través de la página web

www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es
E-mail: catedrafarecesdc@uniovi.es

Síguenos en nuestras redes sociales



[facebook.com/catedrafundacionramonareces](https://www.facebook.com/catedrafundacionramonareces)



twitter.com/CatedraFRadeDC



[linkedin.com/company/cátedra-fundación-ramón-areces-de-distribución-comercial](https://www.linkedin.com/company/cátedra-fundación-ramón-areces-de-distribución-comercial)