

Nº mesa	Nombre mesa	Título del trabajo	Autores/as	Institución
MESA 1	Consumidores y toma de decisiones en los mercados	Economía de la conducta. Supuestos. Cuestiones. Aplicaciones. Investigación. Propuesta teórica.	Javier Otazu Ojer.	UNED.
		Implications of zero party data on user decision-making in digital advertising. The application of Behavioral Economics in decision-making.	Amanda Bianchi	Artículo propio
		Consumidores "fashion": Diferencias de género en los valores y criterios de compra	Silván-Martínez, P. (1); Trespalacios, J.A. (1); Silván-Ferrero, P. (2); Fernández, I. (2)	(1) Universidad de Oviedo; (2) UNED
		Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible	Silván-Martínez, P. (1); Trespalacios, J.A. (1); Silván-Ferrero, P. (2); Fernández, I. (2)	(1) Universidad de Oviedo; (2) UNED
		Sostenibilidad y Consumo Sostenible desde la óptica de las Ciencias del Comportamiento	Diego Herranz; Antonio González	1) IMOP Insights 2) Impact Hub