

PROGRAMA de ACTIVIDADES



Miércoles 09 de Septiembre de 2020	
9.00 a 9.30	Apertura del congreso José Luis Vázquez - Patricia Correa - Emerson Maynardes - Reynaldo Rivera
9.30 a 10.45	Conferencias
	Natalia Hugues - Uruguay Copresidente de Sistema B Uruguay; Socia Anfitriona en YOUHUB Cowork (Empresa B) y Socia en YOUHUB Consultora
	Roberto Lafluf - Uruguay Profesional en Comunicación Publicitaria con énfasis en MKT Digital y Campañas Políticas. Asesor de Comunicación de Gobierno, Presidencia de Uruguay
	Carlos Hoevel - Argentina Doctor en Filosofía (UCA) y Master of Arts in the Social Sciences (U. of Chicago). Profesor Titular Fac. Cs. Ecs., UCA y Sociología, UCA
11.00 a 12.30	Sesión 1A ALIANZAS SOCIALES Y TERCER SECTOR
	Licandro y Correa Alianzas Sociales en URUGUAY: ¿Relaciones filantrópicas, transaccionales o estratégicas?
	Bonella, Mainardes y Pascuci BARREIRAS A ORIENTAÇÃO DA MARCA SEM FINS LUCRATIVOS EM UM PAÍS EMERGENTE
	Iriarte-Ahon Donar y ocultar conocimiento como base organizacional para la colaboración intersectorial: una revisión de literatura
	Murillo, Roudero, Oubiña Desarrollando un modelo integrado de valor de marca para las organizaciones no lucrativas: diseño y viabilidad del instrumento de medición
	Muñoz, Valero, Barroso y Galera La Universidad como referencia en las alianzas multisector en el marco de los ODS
	Sesión 1B CONSUMO RESPONSABLE
	Lanero et al Pensamiento heurístico y efecto halo en la percepción de ecoetiquetas y distintivos de sostenibilidad medioambiental.
	Valente, Santana, I WANT, I CAN'T (YET)! REFLECTIONS ON FOOD WELFARE IN UNIVERSITY

	Vasconcelos, Da Silva	ENVIRONMENTS
	Redondo y Calderón	Etiquetas y certificados de los productos sostenibles: primera medida de un consumidor socialmente responsable
	de la Peña et al	Lecciones financieras para jóvenes durante la pandemia
	Salehi y Carmona	ETHICAL purchase-decision making toward VEGAN FOODS: A qualitative exploration of jones issue-contingent
14.00 a 15.30	Sesión 2A RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	
	Farías	De la Economía Civil a la Economía de Comunión
	Facal	Caracterización y medición de la inclusión laboral de jóvenes, mujeres e inmigrantes en las Empresas B uruguayas
	Licandro	Relación entre prácticas generales de gestión de la RSE y grado de desarrollo de la responsabilidad social interna
	Aceves et al.	Las empresa constructoras y la responsabilidad social
	Bernal et al	Prácticas de las grandes empresas en relación a la discriminación e inclusión laboral. Caso ARICA (CHILE)
	Sesión 2B MARKETING SOCIAL	
	da Silva, Souza, Valente	TPM (tecnologia para mulher): uma análise de marketing social sobre o uso de aplicativos para saúde feminina
	Valente y otros	ANÁLISE DO ESFORÇO DA CAPTAÇÃO DE DOAÇÃO DE SANGUE EM JOÃO PESSOA A PARTIR DE UMA VISÃO DO MARKETING SOCIAL
	Abreu et al	JUNTOS FICAMOS BEM: UMA CAMPANHA DE MARKETING SOCIAL
	Rivera y Nogaró	Aplicación de un modelo dialógico de Marketing Social basado en micro-aprendizaje para el desarrollo de la empatía en mujeres en riesgo de exclusión
	Pierre y Cea	Autenticidad de marca. Fundamentos filosóficos y su vinculación con el Marketing Social: una revisión bibliográfica
16.00 a 17.30	Sesión 3A TURISMO Y SUSTENTABILIDAD	
	Nave, Do Paco y Duarte	Sustentabilidade no enoturismo - uma análise bibliométrica
	Alves y Russi	Reflexiones en torno al desarrollo del turismo
	De Oliveira y Borges	Motivos para a prática do enoturismo
	Pérez González et al	Sustetabilidad y co-creación de valor como herramienta para el desarrollo turístico
	Alemany-Hormaeche et al	El desarrollo sostenible de un destino turístico maduro, un juego de malabares
	Sesión 3B DESARROLLO SUSTENTABLE	
	Laurett, Do Paco y Mainardes	Barreiras ao desenvolvimento sustentável na agricultura familiar brasileira
	Fernández Alvarez y Fernández Olit	Grupos de consumo y agricultura ecológica en el marco de los ODS: el caso de Bizkaia.
	García y Galán	Sostenibilidad y ahorro en el consumo eléctrico del hogar
	Etchemendy	Una mirada a la articulación multisectorial: el caso de los ecosistemas regionales de emprendimiento de AGENCIA NACIONAL DE DESARROLLO DE URUGUAY
	Burbano et al	Desarrollo económico local. Caso de estudio: PUERTO TEJADA, CAUCA COLOMBIA

Jueves 10 de Septiembre de 2020

9.00 a 10.30	Sesión 4A RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		
	Galán y Galán	La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de las empresas farmacéuticas: beneficio económico vs. beneficio social	
	Bernal, Rossi et al	Importancia de la Responsabilidad Social en las organizaciones inmobiliarias. Caso: CIUDADES FRONTERIZAS DE PERÚ Y CHILE	
	Borboa Álvarez et al	El rol de la dirección responsable en la satisfacción laboral y el desempeño de las empresas bancarias	
	Telles	Diversidad de género en consejos de administración	
	Sesión 4B VOLUNTARIADO y DONACIONES		
	Simón, Blasco, García, Moya	El efecto de la actitud hacia las organizaciones sin ánimo de lucro en la respuesta emocional a la publicidad y la disposición para donar	
	Valente, Souza y da Silva	Día Mundial da Limpeza: Análise dos fatores motivacionais para mobilização de voluntários da limpeza	
	Pereira y García	Non-Volunteers motive influence on future volunteering intention	
	Yapor y Correa	Factores que contribuyen al Voluntariado Corporativo: Articulación entre la teoría y la práctica de las empresas	
	Galiana y Ravina	El link entre felicidad y voluntariado en el facebook de las ONGD. Una perspectiva desde el marketing social	
	11.00 a 12.00	Sesión 5A TURISMO Y SUSTENTABILIDAD	
		Burbano y Muñoz	Modelo de turismo sostenible para Buenaventura, COLOMBIA
Nava y Demuner		Las Redes con Stakeholders en las innovaciones sustentables en turismo	
Fuentes y Motis		Turismo sustentable en España a través del binomio herencia judía y certificación Kosher en la industria vitivinícola	
Sesión 5B ECONOMÍA CIRCULAR Y RECICLAJE			
Horta y Horta		La Gestión de Residuos en Uruguay desde una lógica de Cluster	
Sánchez, M.I.		Reflexiones sobre Economía Verde y Circular desde la perspectiva municipal de EXTREMADURA	
Cea, Villegas y Sión		Barreras y oportunidades para la transición hacia la Economía Circular. Estudio de caso de cooperativas chilenas	
Sesión 5C TEMAS VARIOS			
Souza y Dos Santos		CONTRIBUIÇÕES DO MACROMARKETING NA FORMAÇÃO DO ADMINISTRADOR	
Nicolescu et al		Service based learning. An experiment that takes you from a prospective student to a better employee	
Pintos		La financiación de proyectos culturales en Uruguay	

13.30 a 14.30	Sesión 6A MARKETING SOCIAL CORPORATIVO	
	Bhatti, Galán y Galera	El papel del Marketing Social corporativo en la mejora de la calidad de vida de la sociedad: un caso de estudio de COCA-COLA COMPANY PAKISTAN
	López Aza et al.	La influencia del activismo corporativo sobre el valor de marca: Un análisis sectorial de sus efectos
	Béjar et al	La competitividad de las pymes a través de la implementación del marketing verde
	Bianchi et al	Percepción de los consumidores de las empresas B y las marcas con propósito y campañas de marketing de causa. Conocimiento, aceptación y valoración al momento de la compra
	Sesión 6B CONSUMO RESPONSABLE	
	Pérez y Herrero	Caso de estudio: el valor percibido de un producto ecológico
	Madrigal et al	La generación centennial y las estrategias de marketing orientadas al consumo responsable
	Salehi, Carmona y Redondo	Motives of Following veg*an diets: A systematic review
	Salehi, Dominguez y Amani	How high-educated canadian women (HCW) perceive following vegan diet (FVD): A qualitative questionair
15.00 a 16.30	Sesión 7A COVID 19	
	Machado, de Vasconcellos, Barbosa	Contribution of social entrepreneurship in the fight against the new Coronavirus: a preliminary study
	Solano	El Marketing Social como herramienta de planificación de propuestas de desarrollo. El caso de la cuarentena en PERÚ
	Demuner et al	Marketing social a partir del uso de redes sociales y el efecto del COVID-19
	Nava y Sánchez	Relaciones y redes: esperanza para las PYMES restauranteras después del COVID-19
	Santos y Lopes	Crisis management planning in the nonprofit sector. The (exploratory) case of north PORTUGAL on Covid - 19
	Sesión 7B INNOVACIÓN	
	Rodríguez-Nuñez, Cervera y Periañez	Does size matter for Social Innovation Capacity?
	Valdez, Rubio, Ramos, Gallardo Vázquez	El efecto de la innovación abierta y de productos en la imagen y en la rentabilidad de las Pymes del Sur de SONORA
	Ortigueira et al	Satisfacción de instrumentos de política de innovación: Un estudio exploratorio en el Perú
17:00 a 17:30	Acto de cierre del congreso	

CONSULTAS

Las consultas sobre aspectos organizativos se deben dirigir a: admcongreso@ucu.edu.uy