

UNIVERSIDAD DE BURGOS

ESCUELA DE DOCTORADO

TESIS DOCTORALES

TÍTULO: ELECTRONIC CUSTOMER BEHAVIOUR FROM RELATIONAL, TECHNOLOGY AND PERSONALITY-RELATED THEORETICAL PERSPECTIVES. THE CASE OF HIGH-INVOLMENT SERVICES

AUTORA: PRODANOVA, JANA

PROGRAMA DE DOCTORADO: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

FECHA LECTURA: 19/10/2016

HORA: 12:00

CENTRO LECTURA: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES. SALÓN DE GRADOS

DIRECTORAS: SONIA SAN MARTIN GUTIERREZ Y NADIA HUITZILIN JIMENEZ TORRES

TRIBUNAL: CARLOS FLAVIÁN BLANCO
VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES
PABLO ANTONIO MUÑOZ GALLEGO
AMY VAN LOOY
FRANCISCO LIÉBANA CABANILLAS

RESUMEN: El objetivo general de esta tesis fue explorar los comportamientos de los consumidores online y móvil, como resultado de diferentes características ambientales, motivaciones personales y percepciones de los servicios. En base a varios enfoques teóricos y variables utilizadas originalmente en los contextos electrónicos del comportamiento del consumidor, se han realizado cuatro estudios empíricos, teniendo en cuenta la opinión de reales consumidores españoles. Los análisis se han efectuado con los paquetes estadísticos SPSS Statistics 23, LISREL 7.8. y SmartPLS3. Los modelos de investigación propuestos abarcan algunos de los aspectos más relevantes que influyen en la intención del consumidor de iniciar o continuar el uso de Internet y los teléfonos móviles para la compra de viajes, u otro tipo de operaciones que involucran servicios bancarios, financieros o no financieros realizados por teléfono móvil. Mediante los estudios propuestos en esta tesis se han señalado diversas contribuciones tanto para la literatura, como para el mundo empresarial.