

ESIC MARKET

ISSN 0212-1867, e-ISSN 1989-3558

N. 153, Enero-Abril 2016

[Solicitud de artículos a la Biblioteca](#)

- 9 The customer's perception of value co-creation. The appropriateness of Yi and Gong's scale in the Spanish context**
- 25 La percepción del cliente sobre la co-creación de valor. Adecuación de la escala de Yi y Gong al contexto español
Francisco José Cossío-Silva · Manuela Vega-Vázquez · María Ángeles Revilla-Camacho
- 41 The development of enterprising motivation in tourism students. A comparative analysis between undergraduate and postgraduate students'**
- 67 El desarrollo de la motivación emprendedora en estudiantes de turismo. Un análisis comparado entre alumnos de grado y postgrado
Carlos Alberto Pérez Rivero · Juan Carlos Fernández de Arroyabe · Francisco Ubierna Gómez · Nieves Arranz Peña
- 95 Evaluation of political candidate's trust and commitment in social networks**
- 113 Evaluación de la confianza y del compromiso del candidato político en las redes sociales
Marcelo Royo Vela · Rayda Escoto Ortolá
- 131 The perception of satisfaction with virtual social networks: A comparative analysis**
- 145 La percepción de satisfacción de la Red Social Virtual, un análisis comparativo
Javier A. Sánchez Torres · Francisco-Javier Arroyo-Cañada