

CUADERNOS DE GESTIÓN

ISSN 1131-6837, e-ISSN 1988-2157

Vol. 26, n. 2, 2026

[Consulta en línea](#)

Artículos

[Impacto de la autenticidad de la marca, la confianza en las empresas y el cinismo organizacional percibido por los clientes en la lealtad actitudinal y comportamental en PYMES](#)

Pilar Pulido-Ramírez, Carlos Almanza-Junco, Mauricio Castillo-Vergara

[El papel de las emociones en la adopción y el uso de la publicidad programática por parte de las organizaciones](#)

Paloma Fuentes-Santos, Eleni Papaoikonomou, Javier Bustos Díaz

[Gestión del Riesgo en Franquicias Familiares: Análisis de las diferencias de comportamiento entre líderes fundadores y herederos](#)

María Fernández Muiños, Luis Vázquez Suárez, Ilir Hajdini

[¿Qué nivel de alfabetización financiera tiene la Generación Z? Un estudio comparativo entre países](#)

Jorge Luis Lopez-Lapo, Esther Del Brio

[El impacto de las prácticas ESG en el ROA, el apalancamiento financiero y el ROE. Un análisis comparativo de Estados Unidos, la Unión Europea, China y Japón](#)

Gracia Rubio Martín, Francisco José González Sánchez, Raquel Pérez Estébanez

[Narcisismo al Timón: Las Consecuencias Medioambientales del Narcisismo Grandioso y Vulnerable de los CEOs](#)

Paula Villalba-Ríos, Julio Vecino-Gravel, Carmen Barroso-Castro, Mar Villegas-Periñán

[¿Qué hace feliz al consumidor? El rol del FoMO, la congruencia marca-persona y el marketing emocional en un modelo multigénero](#)

Orlando Josue Martínez-Arvizu, Mario Alberto Salazar-Altamirano, Araceli Galiano-Coronil, Rafael Ravina-Ripoll

[Determinantes de la disposición a pagar por moda sostenible en la Generación Z: factores personales y empresariales](#)

Mónica Veloso, Anne Schmitz, Myriam Quiñones

[Dieta Mediterránea y Felicidad en la Generación Z: Implicaciones para la Gestión del Bienestar](#)

Jose L. Ruiz-Alba, Guillermo Bermúdez-González, Pablo J. López-Tenorio, Berta Marques