



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

13

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo se centra en establecer un marco de referencia que permita analizar y comprender alguno de los distintos procesos de compra que pueden llevar a cabo los individuos. La línea puede centrarse en todas o en alguna de las fases concretas del proceso de compra analizado, teniendo en cuenta las variables internas y externas que pueden influir en dicho proceso. Se puede abordar cualquier decisión de compra que deseen tomar los individuos (adquisición de bienes, servicios e ideas), tanto en entornos online como offline.

Gracias a las Nuevas Tecnologías, el comportamiento del consumidor se está volviendo cada vez más dinámico. El proceso de decisión de compra, tal y como se entendía desde una perspectiva tradicional, se vuelve más complejo con la incorporación de Internet y las tecnologías móviles. Por tanto, dentro de los temas propuestos también se pueden analizar los distintos aspectos que afectan al comportamiento del consumidor multicanal y en relación a las últimas innovaciones tecnológicas. Los trabajos deberán fundamentarse con teorías que sirvan para entender, analizar y predecir la interacción del consumidor con los distintos medios que tiene a su alcance. Por lo tanto, la unidad central de análisis será el consumidor, por lo que se requiere la elaboración de uno o varios estudios empíricos con muestras de consumidores.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Proceso de decisión de compra
Profesora: Marta Pedraja Iglesias
Suplente: Mercedes Marzo Navarro y Ana Grilló
Nº de trabajos ofertados: 2
- Percepciones, intenciones y comportamiento del consumidor ante la realidad aumentada y la realidad virtual
Profesor: Carlos Flavián Blanco
Suplente: Daniel Belanche Gracia
Nº de trabajos ofertados: 1
- Comportamiento del consumidor ante inteligencia artificial, robots y otras tecnologías
Profesor: Daniel Belanche Gracia
Suplente: Luis Vicente Casaló Ariño

Nº de trabajos ofertados: 2

- Comportamiento del consumidor en redes sociales
Profesor: Blanca Hernández Ortega
Suplente: Marta Pedraja Iglesias
Nº de trabajos ofertados: 2
- Comportamiento del consumidor
Director: Mercedes Marzo Navarro
Suplente: Marta Pedraja Iglesias y Ana Grilló Méndez
Nº de trabajos ofertados: 2
- Comportamiento del consumidor en el entorno rural
Director: Sara Miranda Buetas
Suplente: Raúl Pérez López
Nº de trabajos ofertados: 2
- Análisis de la sostenibilidad de la marca. El caso Casademont
Director: Carmen Berné Manero
Suplente: Laura Lucia Palacios
Nº de trabajos ofertados: 1
- Análisis del conocimiento y la comprensión del consumidor sobre iniciativas de sostenibilidad. El caso de la certificación en bienestar animal de Casademont
Director: María José Martín de Hoyos
Suplente: Carolina Herrando Soria
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

COMUNICACIÓN COMERCIAL

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

9

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea recoge diferentes aspectos de la comunicación comercial. Entre ellos podemos destacar:

- Planes de comunicación
- Comunicación estratégica y táctica
- Herramientas de comunicación
- Comunicación corporativa
- Nuevas tendencias de comunicación
- Comunicación 2.0
- Gamificación, advergames, in-game advertising
- ...

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Comunicación Comercial I
Profesor: Raquel Gurrea Sarasa
Suplente: Sergio Barta Arroyos
Nº de trabajos ofertados: 4
- Comunicación y Gamificación I
Director: Sara Catalán Gil
Suplente: Paula Bitrián Arcas
Nº de trabajos ofertados: 4
- Comunicación y Gamificación II
Director: Paula Bitrián Arcas
Suplente: Sara Catalán Gil
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

1

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo incluye todos aquellos relativos a la toma de decisiones sobre distribución comercial: sistemas, canales, agentes, relaciones, consumidor final. Análisis de la disyuntiva de internalizar o externalizar la actividad y el de las funciones de intermediación, así como la distribución física.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Distribución comercial
Profesora: Carmen Berné Manero
Suplente: Marta Pedraja Iglesias y Mercedes Marzo Navarro
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

EL CONSUMIDOR EN LA ECONOMÍA CIRCULAR

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

1

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo se centra en el desarrollo sostenible operacionalizado a través de la denominada Economía Circular, como un nuevo modelo de producción y consumo. La implementación de la economía circular implica cambios significativos en el comportamiento de los consumidores. El consumidor es el facilitador central de los modelos comerciales circulares. Esta línea se centrará en el mercado de la ropa/textil, siendo la unidad central de análisis será el consumidor, por lo que se requiere la elaboración de uno o varios estudios empíricos con muestras de consumidores.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Comportamiento del cliente y economía circular
Profesora: Marta Pedraja Iglesias
Suplente: Mercedes Marzo Navarro y Ana Grilló
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

e-MARKETING

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

8

BREVE DESCRIPCIÓN

El objetivo de esta línea es desarrollar TFGs, que desde una perspectiva práctica, aborden temáticas diversas, todas ellas relacionadas con la integración de la tecnología en la actividad de marketing, como por ejemplo, análisis de modelos de e-business exitosos, mobile marketing, redes sociales, comunicación digital, SEO, usabilidad web, realidad virtual, comportamiento del consumidor online, monitorización de redes sociales, estudios sectoriales, plan de marketing digital, desarrollo de nuevos productos o servicios digitales, Big Data e Inteligencia Artificial, robótica, metaverso, gaming, marketing de influencers, entre otros.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- e-Marketing I
Director: Miguel Guinalú Blasco
Suplente: Daniel Belanche
Nº de trabajos ofertados: 4
- Influencers en redes sociales
Directores: Marta Flavián Lázaro
Suplente: Sergio Ibañez Sánchez y Carlos Flavián Blanco
Nº de trabajos ofertados: 3
- La experiencia del consumidor con las tecnologías 4.0
Director: Sergio Ibañez Sánchez
Suplente: Miguel Guinalú Blasco
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

ESTRATEGIAS EN VENTAS

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

1

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea aborda la evolución hacia una venta más relacional, consultiva y personalizada, en la que el vendedor actúa como asesor, generador de confianza y solucionador de problemas. En este contexto, la inteligencia artificial está transformando profundamente la actividad comercial. Herramientas como los sistemas de recomendación, los CRM inteligentes, los chatbots, los asistentes virtuales, la analítica predictiva o la IA generativa permiten mejorar la captación de clientes, personalizar la oferta, preparar argumentos de venta, automatizar tareas comerciales, analizar conversaciones con clientes o evaluar el rendimiento de los equipos de ventas. Al mismo tiempo, estas tecnologías también modifican la experiencia del comprador, sus expectativas, su percepción de la personalización, su confianza en el vendedor y su aceptación de interacciones mediadas por IA.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Inteligencia Artificial en las ventas
Profesora: Laura Lucía Palacios
Suplentes: Marta Pedraja Iglesias y Raúl Pérez López
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MÁRketing E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

GESTIÓN DE MARCA

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

1

BREVE DESCRIPCIÓN

Hoy en día todas las organizaciones, en mayor o menor medida, tienen que tomar decisiones sobre la estrategia corporativa o de marca que van a utilizar para dar a conocer los productos o servicios que ofrecen. Por ejemplo, en esta línea de investigación el alumno puede partir de una empresa u organización, de una o varias marcas de la misma o de un sector del mercado, y analizar aquellos aspectos que considere relevantes desde la perspectiva del marketing.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Estrategia de marca
Director: José Miguel Pina Pérez
Suplente: Rafael Bravo Gil
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EL ANÁLISIS Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

7

BREVE DESCRIPCIÓN

La investigación de mercados utiliza diferentes metodologías que nos permiten obtener la información necesaria para analizar el comportamiento del mercado y poder diseñar estrategias de marketing. Los trabajos de esta línea tienen como objetivo el análisis y/o diseño de estrategias comerciales apoyándose en los resultados de un estudio de mercado elaborado por el alumno. Para poder plantear la investigación, el estudiante deberá realizar previamente una contextualización y una revisión teórica del tema objeto de estudio. En esta línea podrían tener cabida trabajos desarrollados en colaboración con empresas u entidades no lucrativas.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing I
Director: Ana Garrido Rubio
Suplente: Teresa Montaner Gutiérrez
Nº de trabajos ofertados: 4
- Investigación de Mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing II
Director: Teresa Montaner Gutiérrez
Suplente: Ana Garrido Rubio
Nº de trabajos ofertados: 1
- Investigación de mercados para el análisis y diseño de estrategias de marketing III
Director: Paula Bitrián Arcas
Suplente: Sara Catalán Gil
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING DEPORTIVO

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

1

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea recoge diferentes aspectos del marketing deportivo. Entre ellos podemos destacar:

- Análisis de estrategias y acciones de marketing de clubes e instituciones deportivas
- Estudio del patrocinio,
- Análisis del posicionamiento y atractivo de los diferentes deportes
- Gestión de eventos
- ...

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing Deportivo I
Director: Ana Garrido Rubio
Suplente: Teresa Montaner
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING EMOCIONAL, MARKETING SENSORIAL Y MARKETING EXPERIENCIAL

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

1

BREVE DESCRIPCIÓN

Las decisiones tomadas por el consumidor en su proceso de compra pueden tener una base racional o bien una base emocional. Los modelos económicos tradicionales explican el comportamiento del consumidor atendiendo a la racionalidad económica. Sin embargo, cada vez se considera que tienen una mayor importancia las decisiones que el consumidor toma atendiendo a sus emociones y que luego justifica aplicando la racionalidad económica. Variables como el precio o las características y prestaciones de un producto son importantes, pero cada vez se considera que son más importantes las emociones y sensaciones que experimenta el consumidor.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Inteligencia artificial, redes sociales y emociones durante el Proceso de Compra I
Profesor: Carolina Herrando Soria
Suplente: María José Martín De Hoyos
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONAL, CRM Y GESTIÓN DEL VALOR DEL CLIENTE

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

6

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea tiene como principal objetivo el análisis de la gestión de las relaciones con los clientes, abordando su estudio desde un punto de vista estratégico, tratando de fomentar el desarrollo de relaciones duraderas y exitosas. En los últimos años las organizaciones han tomado conciencia de que el factor diferencial en los negocios no son los productos que se comercializan, sino los clientes con los que mantenemos relaciones. El objetivo, por tanto, es poder gestionar las relaciones con cada cliente de manera personalizada, tratando de implicarlos y mejorar su satisfacción para que así ellos deriven un mayor valor y, por ende, la organización obtenga unos resultados más positivos en forma de fidelización, recomendaciones, participación en la co-creación de productos y servicios, etc. El estudio de estas cuestiones no se circunscribe únicamente al ámbito lucrativo. Crecientemente las organizaciones sin ánimo de lucro han tomado conciencia de la importancia de construir buenas relaciones con sus consumidores (ej. voluntarios, donantes, etc.). Por lo tanto, esta línea comprende también el estudio de las relaciones en el ámbito sin ánimo de lucro con objeto de fomentar comportamientos responsables de la ciudadanía y promover el bienestar social. Algunos de los temas que se abordan en esta línea incluyen: la fidelización del cliente, el comportamiento multicanal, el boca-a-oreja, los programas de fidelización, las recomendaciones incentivadas, la co-creación de productos y servicios, la gestión de las quejas y situaciones insatisfactorias, o la gestión estratégica de los precios.

Esta línea de trabajo también se centra en analizar la experiencia del cliente con la empresa, desde que inicia su relación con la misma hasta su fin, con el objetivo de plantear las estrategias y herramientas adecuadas para su gestión. Para ello, el estudiante puede analizar los diferentes puntos de contacto (tanto directos como indirectos) entre la empresa y el cliente a lo largo de esta relación de forma holística, o centrarse en uno de estos puntos de contacto en particular. Existen múltiples puntos de contacto, pero destacan los denominados momentos de verdad, como es el contacto con empleados, la experiencia de compra, la comunicación directa y el servicio postventa.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing Relacional I
Profesor: F. Javier Sesé
Suplente: Laura Lucia
Nº de trabajos ofertados: 2
- Marketing relacional II
Director: Victoria Bordonaba Juste
Suplente: Raúl Pérez López
Nº de trabajos ofertados: 1
- CRM en la era de inteligencia artificial
Director: Javier Sesé Oliván
Suplente: Ana Mínguez
Nº de trabajos ofertados: 2
- Gestión de la experiencia del cliente
Director: Victoria Bordonaba Juste
Suplente: Raúl Pérez López
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING TURÍSTICO

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea de trabajo se basa en el estudio del turismo como estrategia de marketing desde el punto de vista de la gastronomía, la imagen de un destino, marca-ciudad, etc. De forma que se pueden hacer trabajos sobre: Turismo gastronómico; Turismo enológico, Imagen de los destinos turísticos; Turismo de ciudades, Turismo rural, Turismo cultural, Turismo cinematográfico, Turismo religioso, Turismo de compras, Turismo y economía colaborativa, Turismo deportivo, etc.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing turístico I
Profesora: Carmina Fandos Herrera
Suplente: Julio Jiménez Martínez
Nº de trabajos ofertados: 3
- Marketing turístico II
Profesora: Mercedes Marzo Navarro
Suplente: Marta Pedraja Iglesias
Nº de trabajos ofertados: 1



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

MARKETING Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

2

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta línea trata de analizar la relación entre el marketing de las empresas y la Responsabilidad Social de las mismas. Los estudiantes analizarán la forma en que las empresas adaptan sus estrategias comerciales a los principios de Responsabilidad Social Corporativa. Se trataría de ver en qué medida las empresas tienen en cuenta aspectos tales como el diseño, las materias primas, la logística, los métodos de fabricación empleados, el impacto medioambiental del producto durante el uso y la posterior reutilización o reciclaje del mismo. Además, también se profundizará en el estudio del consumidor socialmente responsable y el impacto que tienen sus actos de consumo en las decisiones comerciales de las empresas.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing Sostenible
Profesora: Elena Fraj Andrés
Suplente: J. Miguel Pina Pérez
Nº de trabajos ofertados: 2



OFERTA DE TRABAJOS FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2026-2027

GRADO AL QUE VA DIRIGIDA LA OFERTA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e Investigación de Mercados

DEPARTAMENTO

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

LÍNEA DE TRABAJO

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING SOCIAL (SocialFECM)

NÚMERO DE TRABAJOS FIN DE GRADO

4

BREVE DESCRIPCIÓN

El objetivo de esta línea de trabajo es que el alumno realice una propuesta en colaboración con una entidad sin ánimo de lucro, lo que permitirá que el aprendizaje alcanzado en el desarrollo del TFG se convierta también en un servicio para la sociedad. Esta línea forma parte del proyecto SocialFECM (<https://fecem.unizar.es/socialfecem>).

El alumnado identificará en su entorno una organización sin ánimo de lucro con una necesidad concreta, relacionada con el marketing o la investigación de mercados, a la que dará respuesta con su Trabajo Fin de Grado. Dentro de esta línea se podrían desarrollar estudios de mercado que permitan solventar las necesidades de información de estas organizaciones, así como diseñar estrategias de marketing o campañas de comunicación que contribuyan a cumplir los fines sociales de cada entidad de forma más eficaz.

POSIBLES TEMAS DE TRABAJOS FIN DE GRADO

- Marketing en el ámbito social (Proyecto SocialFECM)
Profesor: Daniel Belanche Gracia
Suplente: Teresa Montaner Gutiérrez
Nº de trabajos ofertados: 1
- Investigación de mercados en el ámbito social (Proyecto SocialFECM)
Profesor: Teresa Montaner Gutiérrez
Suplente: Daniel Belanche Gracia
Nº de trabajos ofertados: 1
- Marketing relacional en el ámbito social (Proyecto SocialFECM)
Profesor: Ana Mínguez Penalva
Suplente: Javier Sesé
Nº de trabajos ofertados: 1
- Gestión, comunicación y percepción social en proyectos de impacto territorial
Codirectoras: Ana Mínguez Penalva y Estrella Bernal Cuenca

Suplente: Elena Fraj
Nº de trabajos ofertados: 1