



CURRICULUM VITAE (CVA)
IMPORTANT – The Curriculum Vitae cannot exceed 4 pages. Instructions to fill this document are available in the website.

CV date	12/01/2022
----------------	------------

Part A. PERSONAL INFORMATION

First name	Dolores María
Family name	Frías Jamilena

(*) Mandatory

A.1. Current position

Position	Proffesor		
Initial date	2021		
Institution	University of Granada		
Departament/Center	Marketing and Market Research		
Country	Spain	Teleph. number	958 24 28 47
Key words	Tourism marketing; online consumer behavior		

A.2. General indicators of the quality of scientific production

Indicator	Average
Number of citations	2813.0
H index	29.0
Number of thesis directed in the last 10 years	3.0
Six-year periods of research completed	3
Publications within the 1st quartile	20.0
Latest six-year period of research completed date	31/12/2020

Part B. CV SUMMARY (max. 5000 characters, including spaces)

Throughout my research career, I have published more than 60 articles in scientific journals, 49 of them being published in journals indexed by the Journal Citation Report. 41% of said articles are positioned within a Q1 and another 27% within a Q2. Some of these publications have helped achieve the recognition of three periods of research by the CNEAI. Particularly, one article published by The Service Industries Journal has been awarded an Honorable Mention as the best article published during 2014. All of these papers revolve around topics that make up my main line of research, the one in which I'm currently working: ICTs, and tourism marketing.

I've participated in more than 15, both national and international, research projects, all of them being within a highly competitive contest. The main line of research is shown in 10 of the research projects in which I have participated in recent years, including: Six excellence projects (*Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa*) and three research projects (*Ministerio de Economía y Competitividad*).

In two of these projects I've been lead researcher. I have also participated in different research contracts, leading the research in two of them. Following this line of research, I have also directed 3 doctoral thesis, awarded unanimously with a cum laude qualification. One of them

also obtained the European Mention qualification and the other one was awarded Best Doctoral Thesis of 2011 by the Spanish Association of Academic and Professional Marketing (AEMARK), the main Spanish association of university professors and professionals in the marketing field.

Research work has also resulted in an active presence in scientific meetings in the area, with special emphasis on those of an international nature. Moreover, I have been a speaker on numerous Conferences in the area of Marketing and Market Research, presenting more than 80 papers. Two congresses I attend regularly are the National Marketing Conference (AEMARK) and the European Marketing Academy Conference (EMAC). In addition, I have more than 10 publications, counting books and book chapters.

To conclude, my interest in research led me to carry out a four-month research stay at the School of Services Management at the University of Bournemouth (UK). I worked with prestigious researchers in the service industry, focusing on tourism, my main line of research. This collaboration resulted in a publication in the JCR-Indexed International Journal of Tourism Research. I also carried out shorter stays at the Tacna University in Perú and at Vysoká Škola Ekonomická v Praze (Czech Republic).

Currently, my interest in research transfer has led me to direct the Chair of Tourism Management, Development and Employment at the University of Granada, funded by the *Junta de Andalucía* and to participate as an expert in the development of the Strategy for Smart Specialization for Sustainability.

Part C. RELEVANT MERITS (*sorted by typology*)

C.1. Publications (*JCR: Q1 and Q2 last 5 years*)

Fernandez-Ruano, L.; Polo-Peña, Ana Isabel; Frias-Jamilena, Dolores Maria; Peco-Torres, Francisco. 2022. The use of gamification in environmental interpretation and its effect on customer-based destination brand equity: The moderating role of psychological distance. *Journal of Destination Marketing & Management*. 23, 100677. JCR: Q1/6.952.

Coves-Martínez, Angel Luis; Sabiote-Ortiz, Carmen Maria; Frias-Jamilena, Dolores Maria. 2021. Cultural intelligence as an antecedent of satisfaction with the travel app and with the tourism experience. *Computers in Human Behavior*. *Computers in Human Behavior*, 127, 107049. JCR: Q1/6.829.

Peco-Torres, Francisco; Polo-Peña, Ana Isabel; Frias-Jamilena, Dolores Maria. 2021. Revenue management and CRM via online media: The effect of their simultaneous implementation on hospitality firm performance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 47, pp. 46-57. JCR: Q2/3.415

Peco-Torres, Francisco; Polo-Peña, Ana Isabel; Frias-Jamilena, Dolores Maria. 2021. The effect of COVID-19 on tourists' intention to resume hotel consumption: The role of resilience. *International Journal of Hospitality Management*. 99, 103075. JCR: Q1/ 9.237

Peco-Torres, Francisco; Polo-Peña, Ana Isabel; Frias-Jamilena, Dolores Maria. 2021. Tourists' information literacy self-efficacy: its role in their adaptation to the "new normal" in the hotel context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 33, pp. 4525-4549. JCR: Q2/6.514.

Vena-oja, Julio; Castañeda-García, Jose Alberto; Rodríguez-Molina, Miguel Angel; Frias-Jamilena, Dolores Maria. 2021. How do monetary and time spend explain cultural tourist satisfaction?. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100788. JCR: Q1/3.902.

Castañeda-García, Jose Alberto; Rodríguez-Molina, Miguel Angel; Frias-Jamilena, Dolores Maria; García-Retamero-Imedio, Rocío. 2020. The role of numeracy and information load in the tourist decision-making process. *Psychology & Marketing*. 37, pp. 27-40. JCR: Q2/ 1.882

Peco Torres, Francisco, Polo Peña, Ana Isabel, Frías Jamilena, Dolores María. 2020. Brand Personality in Cultural Tourism through Social Media. 4. *Tourism Review*, en prensa. JCR: Q2/2.908.

Castañeda-García. J.A., Rodríguez-Molina, M., Frías-Jamilena, D.M. Jones, A. (2019). Online Marketing Effectiveness. The influence of information load and digital literacy, a cross-country comparison. *Electronic Markets*, 30, 759–773. JCR: Q2/2.981

Castañeda-García. J.A., Frías-Jamilena, D.M., Del Barrio- García, S.; Rodríguez-Molina, M. (2019). The effect of message consistency and destination-positioning brand-strategy type on consumer-based destination Brand Equity. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1447–1463. JCR: Q1/7.027

Rodríguez-Molina, M.; Frías-Jamilena, D.M., Del Barrio- García, S.; Castañeda-García. J.A. (2019). Destination brand equity-formation: positioning by tourism type and message consistency. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 114-124. JCR: Q1/4.279

Cano-Guervos, R.A., Frías-Jamilena, D.M., Polo-Peña, A.I., Chica Olmo, J. (2019). Influence of tourist geographical context on customer-based destination brand equity: an empirical analysis. *Journal of Travel Research*. 59(1), pp. 107-119. JCR: Q1/7.027

Frías-Jamilena, D.M., Castañeda-García. J.A., Del Barrio- García, S. (2019). Self congruity and motivations as antecedents of destination perceived value: The moderating effect of previous experiencia. *International Journal of Tourism Research*. 21(1), 23-36. JCR: Q2/2.585

Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, A., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). The effect of Cultural Intelligence on consumer-based destination brand equity. *Annals of Tourism Research*, 72, 22-36. JCR: Q1/5.493

Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, A., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). Antecedents and consequences of cultural intelligence in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 350-358. JCR: Q1/3.800

Frías-Jamilena, D.M., Polo-Peña, A.I., Rodríguez-Molina, M.A. (2017). The Effect of Value-Creation on Consumer-Based Destination Brand Equity. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1011–1031. JCR: Q1/5.169

Polo-Peña, A.I., Frías-Jamilena, D.M., Rodríguez-Molina, M.A. (2017). The effects of perceived value on loyalty: the moderating effect of market orientation adoption. *Service Business*, 11 (1), 93-116. JCR: Q2/1.812

Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2016). The effect of customer orientation on smaller-sized service firms and on the market. A multi-level application embracing firms and customers. *Journal of Small Business Management*, 54, 566 -581. JCR: Q1/2.876

Sabiote, C.M.; Frías, D.M.; Castañeda, J. A. (2016). Overall Perceived Value of a Tourism Service Delivered via Different Media: A Cross-Cultural Perspective. *Journal of Travel Research*, 55, 34 -51. JCR: Q1/4.564

Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A.; Rey, J.M. (2016). Online Marketing Strategy and Market Segmentation in the Spanish Rural Accommodation Sector. *Journal of Travel Research*, 55, 362 -379. JCR: Q1/4.564

Rodríguez, M.A.; Frías, D.M.; Castañeda, J. A. (2015). The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement. *Tourism Management*, 47, 303-317. JCR: Q1/3.14

Polo Peña, A.I.; Frías Jamilena, D.M.; Rodríguez Molina, M.A., Chica Olmo, J. (2015). Rural lodging establishments: effects of location and internal resources and characteristics on room rates. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and*

Environment, 17(1), 91-111. JCR: Q2/1.235

C.3. Research projects

A-SEJ-462-UGR20. Artificial intelligence in the achievement of a safe tourist destination, after covid-19, while sustainable for tourists and residents. Consejería de Economía, Innovación y Ciencia. 2021-2023. 50000 EUR. Participant.

CV20-09357. Perceived risk, health standards and trends caused by covid-19, guidelines for the tourist sector recovery in Andalusia. FEDER + Junta de Andalucía. 2020-2021. Researcher.

B-SEJ-381-UGR18. Analysis of the spatio-temporal sequence in the visit of cultural destinations. FEDER + Junta de Andalucía. 2020-2022. 6400 EUR. Researcher.

PID2019-110941RB-I00. Conversational marketing applied to automated service systems based on artificial intelligence (assai) in the hospitality sector. Ministerio de Economía y Competitividad. 2020-2023. Researcher.

ECO2015-65306-R. The effect of recommendations on tourist behavior and destination brand equity. Ministerio de Economía y Competitividad. 2016-2018. 22264 EUR. Researcher.

CEI2015-MP-TIC16. Analysis of the contribution of smart devices to health care and sports practice through the provided value to their users. 2015-2015. 4500 EUR. Researcher.

P12-SEJ-2592. Communication strategies in virtual social networks for the hotel sector in Andalusia.. A cross-cultural perspective. Consejería de Economía, Innovación y Ciencia. 2014- 2018. 36775 EUR. Researcher.

ECO2012-39217. The internet contribution to the positioning of Spain as a tourist destination. Ministerio de Ciencia e Innovación. 2013-2016. 21645 EUR. IP

CEI2013-P-18. Analysis of the contribution of e-destinations to value creation in the cultural tourism sector. University of Granada. 2013-2013. 23000 EUR. Researcher.

P11-SEJ-8104. The internet contribution to the value of Andalusia brand as a tourist destination. Consejería de Economía, Innovación y Ciencia. 2013-2017. 51750 EUR. IP

C.4. Contracts, technological or transfer merits

Thesis Directed:

- **Title:** Efecto de las estrategias online en las empresas hoteleras y en el mercado. El rol de las características personales de los consumidores en el contexto de la COVID-19
PhD Student: Francisco Peco Torres. Year: 2021
Grade: Unanimously Excelente Cum Laude. European Mention
- **Title:** La orientación al mercado en el sector de turismo rural: efectos en los resultados de la actividad empresarial y en el valor percibido por el mercado
PhD Student: Ana Isabel Polo Peña. Year: 2010
Grade: Unanimously Excelente Cum Laude. European Mention
- **Title:** Valor percibido global del proceso de decisión de compra online de un producto turístico: Efecto moderador de la cultura
PhD Student: Carmen María Sabiote Ortiz (awarded Best Doctoral Thesis of 2011 by the Spanish Association of Academic and Professional Marketing). Year: 2010
Grade: Excellent Cum Laude

Transference:

- Chair of ourism Management, Development and Employment at the University of Granada, funded by the Junta de Andalucía.
- Expert in the development of the Strategy for Smart Specialization for Sustainability in Andalusia. Government strategy for innovation (2022 - 2027).

Parte A. DATOS PERSONALES

	Fecha del CVA	09/09/2019
Nombre y apellidos	Francisco Muñoz Leiva	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Campus Cartuja s/n CP:18071 Granada		
Teléfono	9582XXXXX	Correo electrónico	franml@ugr.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	6/12/2018 (BOE 5/12/18)
Espec. cód. UNESCO	531105, 531106, 6114, 611413, 531101, 120307		
Palabras clave	Marketing (Comercialización), Estudios de Mercado, Psicología Social, Neuromarketing, Publicidad, Modelos Causales		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado	Universidad de Granada	2015
Doctor en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	2008

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones) Total publicaciones indexadas en Web of Science (WoS): 58 (50 indexados en el JCR; 10 acceso abierto)

Citas totales en WoS: 734

Índice H en WoS: 17

Total publicaciones indexadas en SCOPUS: 56

Citas totales en SCOPUS: 886

Citas totales Google Scholar: (en los últimos 5 años): 2572 (2085)

Índice H en Google Scholar: 25

Sexenios de investigación CNEAI: 2

Tesis dirigidas últimos 10 años: 7

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

El profesor Muñoz Leiva es **catedrático de Universidad** desde el 06/12/18 (BOE 5/12/18) y lleva 17 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada, teniendo en la actualidad 3 tramos docentes reconocidos, **2 tramos de investigación y 1 de tramo transferencia** del conocimiento e innovación (sexenios) reconocidos por la CNEAI.

Ha dirigido 7 tesis doctorales, 26 trabajos fin de máster (TFM) y 1 trabajo de investigación tutelada (TIT). En 2013 fue *visiting professor* en la *Leeds Business School* (LUBS; Ranking de Shanghai - puntuación: 9-17; en 2014), y en 2015 en la *Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo* (ESGHT) de Faro (Portugal) en colaboración con el Centro de Sistemas

Inteligentes (CSI; <http://csi.fct.ualg.pt/>).

Ha publicado 53 artículos científicos en revistas indexadas en WoS, de los cuales 50 están recogidos por la base JCR, tales como: *Tourism Management*, *International Journal of Advertising*, *Journal of Services Marketing*, *Physiology and Behavior*, *International Journal of Information Technology & Decision Making*, *SoftComputing*, *Industrial Management & Data System*, *Services Business*, *Expert System with Applications*, *Computers in Human Behavior*, *International Journal of Information Management*, *Online Information Review*, *Cities*, entre otras. Diez de ellos en revistas con un factor de impacto superior a 2 puntos (en el área de comunicación, *computer science*, psicología o ciencias de la gestión). A parte otros 14 recogidos en SCOPUS, IN-RECS o revistas ESCI.

Ha publicado 4 libros y 13 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como Pirámide e IGI-Global. Ha sido editor de 2 libros internacional publicado por IGI-Global.

Asiste como ponente regularmente a los Congresos más prestigiosos en el campo del marketing y la comunicación a nivel nacional (Congreso Nacional de Marketing AEMARK) e internacional (European Marketing Academy-EMAC, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica e International Marketing Trends). Con ello ha dado divulgación a sus resultados de investigación en 63 contribuciones a congresos de ámbito internacional en su mayoría (40) y nacional (23), acudiendo al menos a dos cada año desde 2003. Ha obtenido 4 premios de investigación en algunos de estos congresos. Ha participado como investigador en 10 proyectos de investigación obtenidos en convocatorias competitivas (Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic), por un importe total de 554.843,25€. También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como colaborador en 21 contratos de investigación por un importe total de más de 82.000 euros. Por último, ha sido investigador principal en dos de estos proyectos de investigación en convocatorias competitivas (I+D+i) y 4 contratos de investigación gestionando un total de 77.664 euros.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Artículos indexados con índice de impacto más relevantes

- Liébana, F; Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2014): 'The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN)', *International Journal of Information Management*, 34(2), pp. 151-166 (IF JCR 2014: 1,550, Q1).
- Muñoz-Leiva, Francisco; del Barrio-García, Salvador; Porcu, L. (2015): 'Discovering prominent themes of Integrated Marketing Communication research from 1991 to 2012: A co-word analytic approach', *International Journal of Advertising*, 34(4), pp. 678-701 (IF JCR 2012: 2,451, Q1).
- Liébana, Francisco J.; Sánchez, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2014): 'Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age', *Computers in Human Behavior*, 35(Jun), pp. 464-478 (IF JCR 2014: 2.694, Q1).
- Liébana, F. J., Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2015): 'Payment systems in new electronic environments: consumer behavior in payment via SMS.', *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 14(2), pp. 24-135 (IF JCR 2015: 1,89, Q1).
- Hernández, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2015): 'What type of online advertising is most effective for eTourism 2.0? An eye tracking study based on the characteristics of tourists', *Computers in Human Behavior*, 50, pp. 618-626 (IF JCR 2015: 2,880, Q1).
- Liébana, F., Muñoz-Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2017): 'A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment',

Service Business (IF JCR 2017: 2,110, Q2).

- Muñoz-Leiva, Francisco; Hernández-Méndez, J., Gómez-Carmona, D. (2018): 'Measuring advertising effectiveness in Travel 2.0 websites through eye-tracking technology', *Physiology and Behavior*, 2018, in press, pp. 1-15 (IF JCR 2017: 2,517, Q1).
- Muñoz-Leiva, Francisco; Gómez-Carmona, D. (2018): 'Sparking interest in restaurant dishes? Cognitive and affective processes underlying dish design and ecological origin: A fMRI study', *Physiology and Behavior*, 2018, in press, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 2,517, Q1).
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz Leiva, F. (2018): 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting & Social Change*, in press, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 3,129, Q1).
- Muñoz-Leiva, F.; De la Hoz Correa, A. (2018): 'Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis', *Tourism Management*, 65 (April), pp. 200-211 (JCR 2017: 4,707, Q1).
- Muñoz-Leiva, F.; Liébana-Cabanillas, F. J.; Hernández-Méndez, J. (2018): 'Etourism advertising effectiveness: Banner type and engagement as moderators', *Journal of Services Marketing*, 32 (4), pp. 462-475 (IF JCR 2017: 2,408, Q2).
- De la Hoz Correa, A.; Muñoz-Leiva, F. (2018): 'The role of information sources and image on the intention to visit a medical tourism destination: A cross-cultural analysis', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, in press, pp. 1-10 (IF JCR 2017: 1,975, Q3).
- Molinillo, S.; Pérez García, F., Muñoz-Leiva, F. (2018): 'The effects of human-game interaction, network externalities, and motivations on players' use of mobile casual games', *Industrial Management & Data Systems*, 118 (9), pp. 1-20 (IF JCR 2017: 2,948, Q1).
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz-Leiva, F. (2018): 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting & Social Change*, in press, 146 (Sep.), pp. 931-944 (IF JCR 2017: 3,129, Q1).
- Rodríguez-López, M.E., Alcántara-Pilar, J.M., Del Barrio-García, S., & Muñoz-Leiva, F. (2019). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87 (May) (IF JCR 2018: 4,465 Q1).

- Libros y capítulos de libros más relevantes

- Liébana, F. J.; Muñoz-Leiva, Francisco (2014): 'Innovation and Diversification Policies in the Banking Sector: The Case of the Urban@ Program', en: *Handbook of research on enterprise 2.0: Technological, social, and organizational dimensions*, Ed. IGI Global Publishing, Hershey PA, USA, ISBN: 978-1466643734, pp. 312-329.
- Liébana, F.J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2014): 'Comparative Study Among New Payment Systems and New Future Trends in Mobile Payments', en: *Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in E-Commerce*, Ed. IGI Global Publishing, ISSN: 978-1466651906, pp. 217-253.
- García Maroto, Inmaculada; Muñoz Leiva, Francisco (2016): 'Adoption of biomass heating systems: Cross-market study of the European region', en: *Analyzing the cultural diversity of consumers in the global Marketplace*, Ed. IGI Global Publishing, ISBN: 978-1-466-68262-7, pp. 177-206.

C.2. Proyectos

Investigador principal del proyecto del Plan Nacional de I+D+i:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2017

Título (referencia): Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística



(ECO2017-88458-R). Investigador principal: Muñoz Leiva, Francisco y Del Barrio García, Salvador Organismo financiador: Ministerio de Economía y Competitividad
Inicio - fin: 01/01/2018 – 31/12/2020 Cuantía total (EUROS): 37510€

Investigador principal del proyecto del Plan Nacional de I+D+i:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2012

Título (referencia): Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing (ECO2012-39576).

Investigador principal: Muñoz Leiva, Francisco

Organismo financiador: Ministerio de Economía y Competitividad

Inicio - fin: 01/02/2013 – 31/01/2016

Cuantía total (EUROS): 29250

También ha participado como investigador colaborador en los siguientes contratos de investigación:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i

Tipo de proyecto: Proyectos de excelencia de la Junta de Andalucía

Título (referencia): Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible (P10.SEJ.6768)

Investigador principal: Montoro Ríos, Fco. J.

Organismo financiador: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía

Inicio - fin:

15/03/2011-15/03/2014 Cuantía

total (EUROS): 46.755

Tipo de proyecto: Proyectos de Investigación de Excelencia (Junta de Andalucía)

Título (referencia): El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable (P12-SEJ-1980)

Investigador principal: Sánchez Fernández, Juan

Organismo financiador: Junta de

Andalucía. Inicio - fin: 01/01/2014 -

31/12/2016 Cuantía total (EUROS): 64.745

CV date

01/03/2022

Part A. PERSONAL INFORMATION

First and Family name	Manuel Sánchez Pérez
-----------------------	----------------------

A.1. Current position

Name of University/Institution	Universidad de Almería		
Department	Economía y Empresa		
Address and Country	Carretera de Sacramento, s/n. 04120 Almería (Spain)		
Phone number	+34950015187	E-mail	msanchez@ual.es
	Web	https://w3.ual.es/~msanchez/	
Current position	Catedrático de Universidad	From	25/01/2002
Key words	Marketing, Experiencia del consumidor, Modelos de marketing		

A.2. Education

PhD, Licensed, Graduate	University	Year
PhD in Economic and Business	Universidad de Valencia	1995
Licensed in Economics and Business	Universidad de Valencia	1991

A.3. General indicators of quality of scientific production (see instructions)

- Six-year terms granted: 5 (4+1 of transference)
- Date of the last six-year research granted: December 16, 2019
- Number of doctoral theses supervised in the last 10 years: 5
- Publications in the indexed databases: 37 (9 in Q1 last 10 years)

Part B. CV SUMMARY (max. 3500 characters, including spaces)

Manuel Sánchez Pérez is Professor of Marketing at the University of Almería. His research focuses on (1) marketing modeling, (2) consumer behaviour, and (3) B2B, B2C and C2C online behavior. He is also the PI of the SEJ-254 Research Group, having directed 9 doctoral theses throughout his career, participating as principal investigator in 3 projects of the National R&D &I Plan, and as a researcher in other 4. He acted as Coordinator of the Interuniversity Doctoral Program, Head of the Department of Economics and Business and Vice dean of the College of Economics and Business. He has collaborated in the organization of several national and international conferences. Since 2021 he has been Vice-president of the Marketing section of the Scientific Association of Economics and Business Management (ACEDE).

Part C. RELEVANT MERITS (sorted by typology)

C.1. Publications in journals

- Sánchez-Pérez, M., Illescas-Manzano, M. D., & Martínez-Puertas, S. (2022). Online review ratings: an analysis of product attributes and competitive environment. *Journal of Marketing Communications*, 1-19. DOI: 10.1080/13527266.2021.1951815. [Scopus-Q1]
- Sánchez-Pérez, M., Illescas-Manzano, M.D., Martínez-Puertas, S. (2022). The moderating effect of agglomeration on horizontal differentiation and online reviews: the case of Paris hotels. *European Journal of Management and Business Economics*, 1-19. DOI 10.1108/EJMBE-05-2021-0154. [JCR Q2]

- Sánchez-Pérez, M., Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, M.B., & Rueda-López, N. (2021). 40 years of sharing economy research: An intellectual and cognitive structures analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 94(April), 1-14. [JCR-Q1]
- Sánchez-Pérez, M., Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, M.B., Marín-Carrillo, G.M., & Illescas-Manzano, M. (2021). The impact of the COVID-19 health crisis on tourist evaluation and behavioural intentions in Spain: Implications for market segmentation analysis. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 919-933. [JCR-Q1]
- Sánchez-Pérez, M., Rueda-López, N., Marín-Carrillo, M. B., & Terán-Yépez, E. (2021). Theoretical dilemmas, conceptual review and perspectives disclosure of the sharing economy: a qualitative analysis. *Review of Managerial Science*, 1-35. [JCR Q1].
- Sánchez-Pérez, M., M.D. Illescas-Manzano, & Martínez-Puertas, S. (2020). You're the Only One, or Simply the Best. Hotels differentiation, competition, agglomeration, and pricing. *International Journal of Hospitality Management*, 85. [JCR Q1]
- Terán-Yépez, E., Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Pérez, M. (2020). International opportunity recognition: A comprehensive bibliometric review. *Journal of International Entrepreneurship*, 1-35. [Scopus Q1]
- Sánchez-Pérez, M., Illescas-Manzano, M., & Martínez-Puertas, S. (2019). Modeling hotel room pricing: A multi-country analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 89-99. [JCR Q1]
- Estrella-Ramon, A., Sánchez-Pérez, M., Swinnen, G., & VanHoof, K. (2017). A model to improve management of banking customers. *Industrial Management & Data Systems*, 117(2), 250-266. [JCR Q1]
- Estrella-Ramón, A.; Sánchez-Pérez, M. & Swinnen, G. (2016). How customers' offline experience affects the adoption of online banking. *Internet Research*, 26(5), 1072-1092. [JCR Q1]
- Estrella-Ramón, A.; Sánchez Pérez, M.; Swinnen, G. & VanHoof, K. (2015). Estimating Customer Potential Value using panel data of a Spanish Bank. *Journal of Business Economics and Management*, 17(4), 580-597. [JCR Q3]
- Sánchez Pérez, M.; Estrella-Ramón, A.; Segovia-López, C.; Marín-Carrillo, M.B. (2014). 'Multichannel retailing and consumer behaviour. Strategy design and implementation'. *International Journal of Applied Behavioral Economics*, Vol. 3, pp. 17-34.
- Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Pérez, M. (2013). Market knowledge absorptive capacity: a measurement scale. *Information Research*, 18(4). [JCR Q3]
- Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Pérez, M. (2013). Nurturing employee market knowledge absorptive capacity through unified internal communication and integrated information technology. *Information & Management*, 50(2), 76-86. [JCR Q1]
- Estrella-Ramon, A. M., Sánchez-Pérez, M., Swinnen, G., & VanHoof, K. (2013). A marketing view of the customer value: Customer lifetime value and customer equity. *South African Journal of Business Management*, 44(4), 47-64. [JCR Q4]
- Jiménez Castillo, D. & Sánchez Pérez, M. (2013). Integrated market-related internal communication. Development of the construct. *International Journal of Market Research*, 55(4), pp. 97-119. [JCR Q4]
- Jiménez Castillo, D., Estrella Ramón, A. M., Ruiz Real, J. L., & Sánchez Pérez, M. (2013). Análisis de los efectos moderadores de la inversión en I+ D y la experiencia exportadora sobre la relación entre barreras a la exportación e intensidad exportadora bajo distintos niveles de turbulencia ambiental percibida. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 16(2), 95-107. [JCR Q4]

C.2. Books and chapters in books

- Sánchez-Pérez, M., Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, M.B., Marín-Carrillo, G.M. (2021). La COVID-19 y el sector turístico en España: Impacto sobre el comportamiento del consumidor turístico. Editorial Universidad de Almería.

- Illescas-Manzano, M.D., Martínez-Puertas, S., & Sánchez-Pérez, M. (2022). The power of price and quality to explain customer satisfaction through spatial analysis. *Contemporary Approaches Studying CX in Tourism Research*, Bingley (UK), Emerald.

Illescas-Manzano, M.D., Sánchez-Pérez, M., Martínez-Puertas, S. (2021). Análisis de las estrategias de diferenciación para la mejora de la reputación online, en R.D. Pérez Calle, E. Trincado-Aznar, E. Gallego Abaroa (Coords.) *Economía, Empresa y Justicia. Nuevos retos para el futuro*. Dykinson, Madrid, 2288-2310.

- Illescas-Manzano, M.D.; Martínez-Puertas, S.M., & Sánchez-Pérez, M. (2020): "The use of geolocation for competition analysis of destinations: Application to the hotel supply in Barcelona", en Vuk Bevanda & Snežana Štetić (Eds.) *5th International Thematic Monograph – Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era*, Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans, 585-599.

- Illescas-Manzano, M.D.; Sánchez-Pérez, M. & Martínez-Puertas, S. (2020): "An index for measuring horizontal differentiation in hospitality", en Vuk Bevanda & Snežana Štetić (Eds.) *5th International Thematic Monograph–Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era*, Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans, 539-553.

C.3. Research projects

- PID2020-119994RB-I00: 'Integración de la información en marketing omnicanal: Implicaciones sobre el comportamiento del consumidor'. Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i. Date: 01/09/2021-31/08/2024. Participation: Main researcher.

- PPUENTE2021/004: 'Mejoras en la modelización de la estrategia hotelera en un entorno digital a través de sistemas de información geográfica: Diferenciación, localización y eWOM'. Universidad de Almería. Date: 1/06/2021-31/05/2022. Participation: Main researcher.

- ECO2015-67122-R: El impacto de las redes sociales externas de conocimiento y de las capacidades internas en la innovación empresarial. Una aplicación a los contextos de proximidad territorial. Ministry of Economy and Competitiveness. Research projects of the National Plan 2015. PI: Francesc Xavier Molina Morales, Universitat Jaume I. Date: 01/01/2016-31/12/2018.

C.4. Conferences

- Sánchez-Pérez, M.; Martínez-Puertas, S.; Illescas-Manzano, M., & Torres, Ann. M. (2021). "A matter of differentiation? The moderating role of hotel category on the effects of COVID-19 pandemic on hotel prices: A cross-country investigation". *6th World Research Summit for Hospitality and Tourism*. University of Central Florida, Orlando (USA), 14-15/12/2021.

- Illescas Manzano, M.D., Segovia López, C., Sánchez Pérez, M. y Martínez Puertas, S. y Ribeiro Cardoso, P. (2021). "Análisis del sentimiento hacia el chatbot y su influencia en el engagement. XXXII Congreso Internacional de Marketing, Baeza (Jaén), 8-11/09/2021.

- Sánchez-Pérez, M.; Martínez-Puertas, S.; Illescas-Manzano, M. (2021). Review online ratings: An analysis of product attributes and competitive environment". *25th International Conference on Corporate and Marketing Communications 2021 (CMC 2020)*. Granada. 14- 16/04/2021.

C.5. Contracts, technological or transfer merits



- F05/13: Study of a virtual platform for the commercialization of fruit and vegetable products: product-market selection, feasibility and definition of procedures. Fundación Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA). PI: Manuel Sánchez Pérez. Date: 31/10/2013-31/12/2013.
- F04/12: Communication plan through social networks within the scope of the Alpujarra Almeriense Tourist Plan. ADR Alpujarra and Sierra Nevada Almeriense. PI: Manuel Sánchez Pérez. Date: 16/04/2012-15/01/2013.
- F03/12: Definition study of an Agrifood Marketing Platform in Andalusia: Fresh tomato sector. Fundación Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA). PI: Manuel Sánchez Pérez. Date: 21/05/2012-21/11/2012.

C.6. Doctoral thesis supervised (last 10 years)

- Illescas-Manzano, M. An essay on the formation of the price of the hotel industry: Strategy of differentiation, agglomeration, ewom and country effect. Universidad de Almería. February 27, 2020. Distinction Cum laude.
- Estrella-Ramón, A.M. A model of customer lifetime value and ex poste value-based segmentation. An application in a financial services retailer based on probabilistic and data mining models. Universidad de Almería. February 25, 2014. Distinction Cum laude.
- Marín-Carrillo, M.B. Exploitation, exploration and balance in innovation decisions. An analysis from the capacities view and the institutional theory. Universidad de Almería. July 24, 2013. Distinction Cum laude.

C.7. Organization of R&D activities

- VI International Meeting of Specialization for Research in Economics and Business (2020). Universidades de Almería, Granada, Jaén, Málaga and Politécnica de Cartagena. Role: Co- Chair organizing committee.
- V International Meeting of Specialization for Research in Economics and Business (2018). Universidades de Almería, Granada, Jaén and Málaga. Role: Co-Chair organizing committee.
- IV International Meeting of Specialization for Research in Economics, Business and Law (2016). Universidades de Almería y Granada. Role: Co-Chair organizing committee.

C.8. Awards granted

- Award 'Gender Entrepreneurship Research award' for the paper "The Role of Gender in International Opportunity Recognition" I International Conference on Entrepreneurial Motivation (Valencia, Spain). Date: 2021. Awarding organization: RESOCEM – Research Society on Entrepreneurial Motivation (RESOCEM), I International Conference on Entrepreneurial Motivation (Valencia, Spain).
- Award 'Best competitive paper award' por el trabajo "Review online ratings: An analysis of product attributes and competitive environment". 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications 2021 (CMC 2020). Date: 16/April/2021.
- Marketing Trends Awards 2017, granted by the International Marketing Trends Conference, for the contribution in "Retail Marketing".
- Highly Commended Award Winner at the Literati Network Awards for Excellence 2011 for the Outstanding Paper 2011 "Inter-organizational governance learning and performance in supply chains", published in Supply Chain Management.
- AEMARK Award to the best article published in Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC (2011).



Unión Europea

Una manera
Europea de
de hacer Europa
Regional

Fondo

Desarrollo

INFORMACIÓN CURRICULAR: CURRICULUM ABREVIADO (CVA)

ARTURO MOLINA
COLLADO MARZO DE
2022

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA

28/03/2022

Nombre y apellidos	Arturo Molina Collado
--------------------	-----------------------

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Castilla-La Mancha		
Dpto./Centro	Departamento de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales		
Dirección	Cobertizo de San Pedro Mártir, s/n		
Teléfono	925268800	correo electrónico	arturo.molina@uclm.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	23/10/2019
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Marketing		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Castilla-La Mancha	1995
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Castilla-La Mancha	2003

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Nº de sexenios de investigación: **3**; Fecha del último sexenio concedido: **2014-2019**

Nº de sexenios de transferencia: **1**, Fecha del último sexenio concedido: **2004-2009**

Nº de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: **6**

Citas - Web of Science. Citas totales: 860

Promedio citas/año durante los últimos cinco años (2017-2021): 70

Publicaciones del primer cuartil (Q1): 15

Índice h: 13

Citas - SCOPUS. Citas totales: 1.062

Promedio citas/año durante los últimos cinco años (2017-2021): 140

Publicaciones del primer cuartil (Q1): 23

Índice h: 16

Citas - GOOGLE SCHOLAR. Citas totales: 4.275

Promedio citas/año durante los últimos cinco años (2017-2021): 508

Índice h: 30

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

El profesor Arturo Molina Collado tiene una extensa **trayectoria científica** en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados desde hace más de 25 años, siendo la más productiva desde que defendió su tesis doctoral en 2003. Obtuvo el Premio Extraordinario de Doctorado en la Universidad de Castilla-La Mancha, y su tesis también fue premiada y publicada por el Consejo Económico y Social. Acumula más de 60 artículos indexados, la mayoría con índice de impacto JCR (Web of Science) y/o SJR (SCOPUS). Ha participado en más de 30 proyectos y contratos de investigación con el Ministerio de Economía; el Ministerio de Economía y Competitividad (Plan Nacional I+D+i), la Consejería de Educación y Ciencia, la Consejería de Turismo y Artesanía, y la Consejería de Economía de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; el Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria; y el Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha, entre otras organizaciones e instituciones. Desde el año 2009, es responsable del Grupo de Investigación: "Investigación y Modelización en Marketing". Ha dirigido 6 tesis doctorales en los últimos 10 años, que han recibido premios extraordinarios de doctorado y premios nacionales. Ha realizado varias estancias de investigación en Canadá, Estados Unidos de América, Inglaterra y Suecia. Es revisor de habitual en los congresos nacionales e internacionales de referencia y en numerosas revistas indexadas

JCR de su disciplina. Colabora como experto en agencias regionales de evaluación. Ha recibido varios premios a lo largo de su trayectoria, como premios a los mejores artículos publicados en revistas de las editoriales EMERALD y también ELSEVIER. Sus **líneas principales de investigación** han estado centradas en el sector turístico y en el sector servicios en general, en áreas como marketing de relaciones, marketing de servicios y branding, estudiando, entre otros aspectos, las relaciones entre los clientes y los proveedores de servicios; la calidad y satisfacción; la segmentación de mercados; y las relaciones entre la imagen del destino turístico, su imagen y valor de marca. También tiene una línea de investigación sobre nuevas tecnologías. Entre algunos de los **logros científicos-técnicos**, se puede señalar la adaptación del modelo de servicios de Berry (2000) a los destinos turísticos, que fue publicado en una revista del primer cuartil del área de turismo (2012); y dos investigaciones posteriores sobre valor de marca, y la oferta y la demanda en turismo enológico, también publicadas en una revista de primer cuartil JCR en turismo (2015 y 2017). En los tres casos, es la revista que está en las primeras posiciones JCR de la categoría de turismo: *Tourism Management*.

Su **actividad docente** se desarrolla en la Universidad de Castilla-La Mancha desde el curso 1995/96 y colabora en másteres y programas de la UCLM y de otras universidades. Ha realizado estancias docentes en la Université Paris-Est Créteil y la Edith Cowan University de Australia. Posee experiencia de más de 25 cursos académicos en más de diez asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de Diplomatura, Licenciatura, Grado, Máster y Doctorado. Su docencia en títulos oficiales está vinculada, principalmente, al Grado en Administración y Dirección de Empresas y al Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa. Es coautor de varias publicaciones docentes, acumulando varios libros y capítulos de libros en las editoriales Ariel, Esic y Pirámide, entre otras. Ha participado y ha dirigido proyectos de innovación docente relacionados con la implantación de los créditos ECTS, el EEES, los idiomas en las enseñanzas del EEES y el rendimiento académico. Ha coordinado a los equipos docentes del Grado en ADE que participaban en los proyectos (21 profesores), durante varios cursos académicos, para la creación de un observatorio que mida la relación entre la distribución del tiempo de los estudiantes de Administración y Dirección de Empresas y los resultados académicos obtenidos. Ha participado como ponente en numerosos congresos orientados a la formación docente universitaria, obteniendo un premio por uno de los trabajos presentados; y ha asistido a más de veinte congresos y cursos sobre docencia (11 de ellos sobre el EEES, las nuevas Guías Docentes o el uso de las nuevas herramientas y tecnologías en el aula; y otros 10 seminarios adicionales sobre formación docente para las materias del área de conocimiento).

Tiene **experiencia profesional** en el ámbito de la empresa privada, porque ocupó un puesto de Técnico Comercial y Adjunto al Gerente Comercial, durante 3 años y medio.

Por último, en cuanto a la experiencia en **gestión universitaria**, se pueden señalar los siguientes cargos o responsabilidades: Vicedecano de Prácticas Externas (29 meses); Coordinador de Grado en ADE (36 meses); Coordinador del Programa de Promoción Universitaria del Vicerrectorado de Estudiantes (5 años); Dirección, Coordinación y Secretaría Académica de más veinte Cursos y Posgrados (6 como director y 15 como secretario y coordinador); Vocal y Secretario de los Tribunales de Selectividad durante 6 años; Presidente de la Comisión de Calidad de la Docencia y Captación de Alumnos; Miembro de la Comisión de Biblioteca; Miembro de la Comisión de Investigación; Miembro de la Comisión Académica de Doctorado; Miembro de la Comisión de Garantía de Calidad del Máster; Miembro de la Comisión de Garantía de Calidad del Doctorado; Miembro electo de Junta de Facultad; Miembro electo del Claustro Universitario; Miembro del Comité de Ciencias Económicas y Empresariales de ACSUCYL desde 2016.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES DE INVESTIGACIÓN (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M. L., Gómez-Rico, M., & Madera, J. M. (2022). Sustainability in hospitality and tourism: a review of key research topics from 1994 to 2020. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1-36. [Q1 en JCR]
- Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M. L., Molina-Collado, M. V., & Imhoff, B. (2022). The role of novel instruments of brand communication and brand image in building consumers' brand preference and intention to visit wineries. *Current Psychology*, 1-17. [Q1 en JCR]
- Santos-Vijande, M. L., Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A., & Davison, R. M. (2022). Building user

- engagement to mhealth apps from a learning perspective: Relationships among functional, emotional and social drivers of user value. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102956. [Q1 en JCR]
- Molina-Collado, A., Salgado-Sequeiros, J., Gómez-Rico, M., García, E. A., & De Maeyer, P. (2021). Key themes in consumer financial services research from 2000 to 2020: a bibliometric and science mapping analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1146-1478. [Q2 en JCR].
- Pascual-Fernández, P., Santos-Vijande, M. L., López-Sánchez, J. Á., & Molina, A. (2021). Key drivers of innovation capability in hotels: Implications on performance. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102825. [Q1 en JCR]
- Molina, A., Gómez, M., Lyon, A., Aranda, E., & Loibl, W. (2020). What content to post? Evaluating the effectiveness of Facebook communications in destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100498. [Q1 en JCR]
- Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2019). An integrated model of social media brand engagement. *Computers in Human Behavior*, 96, 196-206. [Q1 en JCR]
- Gómez, M., Pratt, M. A., & Molina, A. (2018). Wine tourism research: a systematic review of 20 vintages from 1995 to 2014. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2211-2249. [Q1 en JCR]
- Gómez, M., Imhoff, B., Martín-Consuegra, D., Molina, A., & Santos-Vijande, M. L. (2018). Language tourism: The drivers that determine destination choice intention among US students. *Tourism Management Perspectives*, 27, 125-135. [Q2 en JCR]
- Gomez, M., Fernández, A. C., Molina, A., & Aranda, E. (2018). City branding in European capitals: An analysis from the visitor perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 190-201. [Q1 en JCR]
- Molina, A.; Fernández, A.C.; Gómez, M.; Aranda, E. (2017): Differences in the city branding of European capitals based on online vs. offline sources of information, *Tourism Management*, 58, 2-39. [Q1 en JCR]
- Díaz, A.; Gómez, M.; Molina, A. (2017). A comparison of online and offline consumer behaviour: An empirical study on a cinema shopping context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 44-50. [Q1 en SJR y Q2 en JCR].
- Blázquez, J.J.; Molina, A.; & Esteban, A. (2015): Service-Dominant Logic in tourism: the way to loyalty, *Current Issues in Tourism*, 18, 706-724. [Q1 en JCR]
- Gómez, M.; López, C.; & Molina, A. (2015): A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain, *Tourism Management*, 51, 210-222. [Q1 en JCR]
- González, B.; Gómez, M.; & Molina, A. (2015): Configuration of the hotel and non-hotel accommodations: An empirical approach using network analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 39-51. [Q1 en JCR]
- Gómez, M.; García, J.A.; & Molina, A. (2013). The cognitive image in the interior destinations from the perspective of residents and visitors: An empirical application in 4 Spanish regions, *Business Research Quarterly*, 16, 167-179. [Q2 en JCR]
- García, J.A.; Gómez, M.; & Molina, A. (2012). A destination-branding model: an empirical analysis based on stakeholders, *Tourism Management*, 33, 646-661. [Q1 en JCR]
- Molina, A.; Martín-Consuegra, D.; & Esteban, Á. (2007). Relational benefits and customer satisfaction in retail banking, *International Journal of Bank Marketing*, 25, 253-271. [Q2 en JCR y Q1 en SJR] [Mejor artículo del año en EMERALD]
- Molina, A. & Esteban, Á. (2006). Tourism brochures: usefulness and image, *Annals of Tourism Research*, 33, 1036-1056. [Q1 en JCR]
- Esteban, A., Millán, A., Molina, A., & Martín-Consuegra, D. (2002). Market orientation in service: A review and analysis. *European Journal of Marketing*, 36, 1003-1021. [Q2 en JCR]

C.2. Proyectos

Referencia: PID2019-105726RB-I00

Título del proyecto: Innovación técnica y social para el desarrollo de la economía circular: claves hacia un comportamiento sostenible

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Convocatoria: Plan Nacional I+D+i

Investigador responsable: Leticia Santos Vijande. Entidad de afiliación: Universidad de Oviedo

Fecha de inicio: 01/06/2020

Fecha de finalización: 01/06/2023

Referencia: ECO2016-76783-R

Título del proyecto: Analisis de los efectos de las capacidades clave en el ambito de la comercializacion de nuevos servicios industriales y de consumo. Implicaciones para la competitividad



Una manera
nueva de
hacer Europa
Regional

Fondo

Unión Europea

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria: Plan Nacional I+D+i Investigador responsable: Víctor Iglesias Argüelles. Entidad de afiliación: Universidad de Oviedo Fecha de inicio: 01/01/2017 Fecha de finalización: 31/12/2019

Referencia: ECO2012-31300

Título del proyecto: La innovación como instrumento de competitividad en las empresas de servicios: análisis de la influencia de las capacidades organizativas en la actividad innovadora y el éxito de nuevos servicios industriales y de consumo

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria: Plan Nacional I+D+i Investigador responsable: María Leticia Santos Vijande. Entidad de afiliación: Universidad de Oviedo Fecha de inicio: 01/01/2013 Fecha de finalización: 30/09/2016

Referencia: PAI08-276-7163

Título del proyecto: La importancia del consumidor en la estrategia del comercio de Castilla-La Mancha

Entidad financiadora: Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Comunidades de CLM

Convocatoria: Plan Regional de Investigación de I+D+i

Investigador responsable: Evangelina Aranda García

Entidad de afiliación: Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de inicio: 06/02/2008 Fecha de finalización: 31/12/2010

Referencia: PBI05-016

Título del proyecto: La calidad en el sector servicios: el caso de la distribución comercial en CLM

Entidad financiadora: Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Comunidades de CLM

Convocatoria: Plan Regional de Investigación de I+D+i

Investigador responsable: Evangelina Aranda García

Entidad de afiliación: Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de inicio: 22/06/2005 Fecha de finalización: 31/12/2007

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Título del contrato: Hábitos turísticos en Castilla-La Mancha

Empresa/Entidad: Dirección General de Turismo de la JCCM

Fecha de inicio: 01/06/2018 Fecha de finalización: 31/01/2019

Título del contrato: Informe de Evaluación de Marketing y Comercialización Internacional

Empresa/Entidad: UNIR, S.A.

Fecha de inicio: 01/09/2017 Fecha de finalización: 31/08/2018

Título del contrato: Elaboración de Memoria de Dirección Comercial y Ventas

Empresa/Entidad: UNIR, S.A.

Fecha de inicio: 14/06/2017 Fecha de finalización: 31/08/2018

Título del contrato: Estudio sobre los Hábitos y el Gasto de los Visitantes en Toledo

Empresa/Entidad: Ayuntamiento de Toledo

Fecha de inicio: 07/05/2013 Fecha de finalización: 31/12/2013

Título del contrato: Análisis del Precio Percibido por los Consumidores del Centro Comercial y de Ocio Puerta de Toledo en la Restauración. El Caso de La Tagliatella

Empresa/Entidad: Real de Olías, S.A.

Fecha de inicio: 30/06/2011 Fecha de finalización: 31/01/2012

Título del contrato/proyecto: Elaboración y Mantenimiento del Sistema de Investigación Turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM) (tres anualidades)

Empresa/Entidad: Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha, JCCM

Entidad de afiliación: Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de inicio: 30/11/2007 Fecha de finalización: 31/12/2010



Unión Europea

Una manera
Europea de
de hacer Europa
Regional

Fondo

Desarrollo

28 de marzo de 2022



CURRICULUM VITAE (CVA)

AVISO IMPORTANTE – El Curriculum Vitae no podrá exceder de 4 páginas. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

IMPORTANT – The Curriculum Vitae cannot exceed 4 pages. Instructions to fill this document are available in the website

Fecha del CVA	1-4-2022
----------------------	----------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Carmen		
Apellidos	Camarero Izquierdo		
Sexo (*)	Mujer	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	22/04/1971
Dirección email	carmen.camarero@uva.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0002-5252-4581		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrática de Universidad		
Fecha inicio	2020		
Organismo/ Institución	Universidad de Valladolid		
Departamento/ Centro	Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados / Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
País	España	Teléfono	983423332
Palabras clave	Marketing		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con el Art. 14. 2.b) de la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2001 a 2020	Profesora Titular de Universidad (Universidad de Valladolid)
1997 a 2001	Profesora Asociada en la Universidad de Valladolid

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Valladolid	1993
Licenciada en Historia	Universidad Nacional de Educación a Distancia	2014
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Valladolid	1998

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5000 caracteres, incluyendo espacios).

A lo largo de mi trayectoria de investigación he contribuido a iniciar y desarrollar dos grandes líneas de investigación del Grupo “Inteligencia de Mercado y Marketing”, al que pertenezco:

Marketing de relaciones y redes de relaciones. Esta línea de investigación la inicié con mi tesis doctoral en la que, tras analizar las relaciones de un fabricante de automóviles con sus proveedores, concluía que los intercambios basados en la cooperación y la orientación a largo plazo conducen a una mayor eficiencia de ambas partes, bajo condiciones de interdependencia, confianza y compromiso. De este trabajo nacieron dos líneas de

investigación: una centrada en las relaciones entre empresas y otra en las relaciones de las empresas con los consumidores.

El estudio de las relaciones entre empresas se ha expandido a las redes de relaciones que desarrollan los emprendedores como vía para el acceso a diferentes recursos. Aquí, he dirigido dos tesis, una que destaca el papel de las agencias como agujeros estructurales que mejoran el capital social de los emprendedores (tesis de Carlos Hernández, codirigida con Jesús Gutiérrez) y otra que profundiza en el papel de las incubadoras universitarias como ámbitos adecuados para el intercambio de conocimiento y el desarrollo de capital social en negocios emergentes (tesis de María Redondo). Esta investigación ha recibido financiación de 5 proyectos I+D+i, y se ha publicado en revistas como *Strategic Entrepreneurship Journal*, *Entrepreneurship and Regional Development*, *International Entrepreneurship and Management Journal* o *European Journal of Innovation Management*.

Respecto a la relación con el consumidor, codirigí la tesis de Sonia San Martín, donde se analizan los determinantes y dimensiones del compromiso relacional del consumidor. El estudio se amplió al caso de contextos de compra online y a los mecanismos que afianzan la lealtad del consumidor a la tienda online: implicación, satisfacción, señales centrales y periféricas, etc. Además, me he preocupado por el estudio de los fallos que conducen a finalizar una relación comercial. También hemos profundizado en la relación con el consumidor a través de TICs: el capital social que se genera en las comunidades online, la comunicación y viralización de contenidos a través de redes sociales y, más recientemente, el estudio de la relación a través del juego. Actualmente dirijo dos tesis dentro de esta línea. Estos estudios se han financiado con 6 proyectos I+D+i y se han publicado en revistas como *Journal of Service Research*, *Psychology & Marketing*, *Journal of Advertising* o *Computers in Human Behaviour*.

Marketing en museos y comportamiento del visitante. El estudio de la gestión de marketing en museos representa una de las aportaciones más destacadas de mi CV porque inició una nueva línea no solo en nuestro grupo, sino a nivel español. Desde 2004, en que publiqué con la profesora M^a José Garrido el libro *Marketing del patrimonio cultural* (ESIC), he estudiado los aspectos esenciales de una orientación al mercado en el caso de museos, instituciones que gestionan relaciones con múltiples stakeholders y han de conjugar objetivos económicos y sociales. En los últimos años me he centrado en el conocimiento de la experiencia de los visitantes y los elementos que aportan (cocreación, autenticidad) o restan (saciedad) valor a la experiencia. Estos estudios han sido financiados con 6 proyectos I+D+i, y publicados en múltiples revistas, de las que destaco *Journal of Service Research*, *Journal of Service Management*, *Public Management Review*, *Tourism Management*, *Annals of Tourism*, *Current Issues in Tourism*, todas ellas en primer cuartil JCR.

Todo ello se cuantifica en 3 tramos de investigación reconocidos, más de 50 publicaciones indexadas en JCR, más de 100 ponencias y 10 proyectos I+D+i dirigidos. Otro resultado reseñable es la incorporación de diferentes investigadores del grupo a cada una de las líneas y haber colaborado con investigadores internacionales de reconocido prestigio: Peter van der Sijde (Vrije Universiteit Amsterdam) y Dimitrios Buhalis (Bournemouth University). Asimismo, he dirigido desde 2015 la Unidad de Investigación Consolidada 063 reconocida por la Junta de Castilla y León, integrada por 10 doctores del área de Comercialización e Investigación de Mercados de las Universidades de Valladolid y Burgos.

En cuanto a transferencia de conocimiento, cuento con un sexenio reconocido y he participado en 20 contratos con empresas y administraciones. Destaco el contrato con el Ayuntamiento de Valladolid para realizar los servicios de mantenimiento del observatorio cultural y turístico de Valladolid, y mi colaboración en el *proyecto Cultural Heritage & Management Venture Lab*, financiado por la Comisión Europea, para la formación de emprendedores culturales en la ciudad de Ahmedabad (India). Ambos proyectos me han permitido reportar directamente a la sociedad mi conocimiento y mi investigación en el ámbito del marketing turístico y cultural.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES (últimos 10 años).

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (ver instrucciones).

1. Redondo, M., Camarero, C., & van der Sijde, P. (2021). Exchange of knowledge in protected environments. The case of university business incubators. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-08-2020-0341>
2. Antón, C., Camarero, C., Laguna, M., & Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743-764. [10.1080/19368623.2019.1564106](https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1564106)
3. Redondo, M., Camarero, C. (2019). Social capital in University Business Incubators: dimensions, antecedents and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 599-624. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0494-7>
4. Antón, C., Camarero, C., & Garrido, M. J. (2019). What to do after visiting a museum? From post-consumption evaluation to intensification and online content generation. *Journal of Travel Research*, 58(6), 1052-1063. <https://doi.org/10.1177/0047287518793040>
5. Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2019). The internal mechanisms of entrepreneur' s social capital: A multi-network analysis. *BRQ Business Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.12.001>
6. Antón, C., Camarero, C., Garrido, M. J. (2018). A journey through the museum: Visit factors that prevent or further visitor satiation. *Annals of Tourism Research*, 73, 48-61 <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.08.002>
7. Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2017). Towards a new approach of destination loyalty drivers: Satisfaction, visit intensity and tourist motivations. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 238-260. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.936834>
8. Hernández Carrión, C.; Camarero Izquierdo, C; Gutiérrez Cillán, J. (2017). Entrepreneurs' social capital resources and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 11-1, pp. 61-89. <https://doi.org/10.1002/sej.1228>
9. San José Cabezero, R.; Camarero Izquierdo, M.C.; Rodríguez Pinto, J. (2013). The persuasion context and results in online opinion seeking: effects of message and source. The moderating role of network managers *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 16-11, pp. 828-835. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0647>
10. Camarero Izquierdo, M.C.; Garrido Samaniego, M.J. (2012). Fostering innovation in cultural contexts: Market orientation, service orientation and innovations in museums. *Journal of Service Research*. 15-1, 39-58. <https://doi.org/10.1177/1094670511419648>.

C.2. Congresos.

Conferencias invitadas:

1. Co-creación de experiencias en los museos a través de nuevas tecnologías. IV Jornadas de Turismo, Lleida (España), 2016, Organizado por la Universitat de Lleida.
2. Innovación en el ámbito del marketing del patrimonio cultural. actividades, determinantes e indicadores de eficiencia. Foro internacional sobre turismo en Colima (México), 2014, organizado por la Universidad de Colima.

Presentaciones orales:

1. Oltra, I., Camarero, C., San José, R. (2021). Effects of visual brand content and calls-to-action on customer inspiration and engagement. *50th EMAC Annual Conference*. Madrid, España, organizado por ESIC Business Marketing School
2. Redondo, M., Camarero, C., Garrido, M.J, Vicente, E. (2019). Discovering institutional logics in museums. A latent class analysis. *48th EMAC Annual Conference*. Hamburg, Alemania, organizado por Universitat Hamburg.

3. Camarero, C., Garrido, M.J, Redondo, M., Vicente, E. (2018). Public or Private? Managers or Employees? Exploring the Drivers of Relationship Marketing in Museums. *47th EMAC Annual Conference*. Glasgow (United Kingdom), organizado por University of Strathclyde
4. Antón, C., Camarero, C., Laguna, M. (2017). When do visitors' really enjoy authentic and exotic food experiences? Product adaptation and tourists' attitudes. *Visitor Economy Strategies & Innovations Conference*. Bournemouth, Reino Unido. organizado por Bournemouth University
5. Redondo, M., Camarero, C. (2017). Where and how can academic entrepreneurs create business relationships?, *46th EMAC Annual Conference*, Groningen, Holanda, organizado por University of Groningen
6. Camarero, C., Garrido, M.J., Vicente, E. (2015). Creativity, innovation and visitor experience management in creative industries. *International Conference of Arts and Cultural Management (AIMAC)*, Aix-en-Provence, Francia, organizado por AIMAC
7. Camarero, C., Garrido, M.J., San José, R. (2014). What works in Facebook? Content versus relational communication: a study of their efficiency. *43th EMAC Conference*, Valencia, España, organizado por la Universidad de Valencia.
8. Antón, C., Camarero, C., Rodríguez-Pinto, J. (2013). The role of pleasure in the use of new technologies. The case of e-book readers. *20th International Product Development Management Conference*, París, Francia, organizado por EIASM.

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado.

1. Gestión de las relaciones con clientes y otros stakeholders: estrategias, herramientas y resultados. Ref. VA219P20. Junta de Castilla y León. Subvenciones del programa de apoyo a proyectos de investigación cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo. Del 01/01/2021 al 31/12/2023. Participación: Investigador principal.
2. Dinámicas innovadoras colaborativas en la gestión de productos y servicios. Ref. ECO2017-86628-P. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016. Convocatoria 2017. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo y Ana Isabel Rodríguez Escudero. Del 01/01/2018 al 31/12/2020. Participación: Investigador principal.
3. Innovación abierta y éxito empresarial: líneas de colaboración externa para la co-creación de valor. Ref. VA085G18. Consejería de Educación Junta de Castilla y León. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo. Del 01/01/2017 al 31/12/2019. Participación: Investigador principal.
4. La innovación en los museos europeos. Un análisis de actividades, determinantes e indicadores de eficiencia. Ref. ECO2012-38552 Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional de I+D+I 2008-2011. Dirigido por Carmen Camarero Izquierdo. Del 01/02/2013 al 31/12/2016. Participación: Investigador principal.

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados

Contrato: *Servicios de mantenimiento del observatorio cultural y turístico de la ciudad de Valladolid.*

Investigadora principal: Ana M^a Gutiérrez Arranz. N^o de investigadores/as: 12.

Entidad financiadora: Ayuntamiento de Valladolid.

Del 25/03/2015 al 25/03/2019. Cuantía total: 244.000 €

CURRICULUM VITAE (CVA)

AVISO IMPORTANTE – El Curriculum Vitae no podrá exceder de 4 páginas. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

IMPORTANT – The Curriculum Vitae cannot exceed 4 pages. Instructions to fill this document are available in the website.

Fecha del CVA	11-03-2022
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	ÁNGEL
Apellidos	HERRERO CRESPO

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	11/12/2019		
Organismo/ Institución	Universidad de Cantabria		
Departamento/ Centro	Administración de Empresas		
País	España	Teléfono	+34 942 20 39 08
Palabras clave	Nuevas tecnologías aplicadas al Marketing, Comportamiento del consumidor, Marketing turístico, Marketing de territorios		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con el Art. 45.2.c) de la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
26/05/2010 a 10/12/2019	Profesor Titular de Universidad (Universidad de Cantabria) (115 meses)
13/03/2008 a 25/05/2010	Profesor Contratado Doctor (Universidad de Cantabria) (26 meses)
01/02/2008 a 13/03/2008	Profesor Ayudante Doctor (Universidad de Cantabria) (2 meses)
02/02/2007 a 31/01/2008	Profesor Ayudante (Universidad de Cantabria) (12 meses)
07/10/2003 a 30/09/2006	Prof. Formación / Asociado LOU (Universidad de Cantabria) (42 meses)
28/10/2002 a 06/10/2003	Profesor Asociado (Universidad de Cantabria) (12 meses)

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciado en Administración Dirección de Empresas	Universidad de Cantabria	1998
Doctor por la Universidad de Cantabria	Universidad de Cantabria	2005

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5000 caracteres, incluyendo espacios): **MUY IMPORTANTE: se ha modificado el contenido de este apartado para progresar en la adecuación a los principios DORA. Lea atentamente las “Instrucciones para cumplimentar el CVA”**

3 Sexenios de Investigación (Periodos 2003-2008, 2009-2014, 2015-2020)
1 Sexenio de Transferencia (Periodo 2007-2018)

Dirección de 5 Tesis Doctoral finalizada y 3 Tesis Doctorales en curso.

Citas totales: WOS: 1.523 / Scopus: 1.919 / Google Scholar: 4.753
Índice H: WOS: 17 / Scopus: 17 / Google Scholar: 28

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (1998) y Doctor por la Universidad de Cantabria (2005). Sus principales líneas de trabajo son el marketing turístico, la marca de organizaciones y territorios, el comportamiento del consumidor y la aplicación de nuevas tecnologías a la gestión de marketing.

Su actividad investigadora ha dado lugar a la publicación de 54 artículos científicos publicados en revistas internacionales y nacionales de reconocido prestigio (41 en publicaciones referenciadas en el índice JCR, 8 en el índice SJR, y las restantes 5 en el índice INRECS). En particular, 21 de sus artículos han sido publicados en revistas indexadas en el 1er Cuartil del índice JCR (en las categorías “Business”, “Management”, “Economics”, “Communication”, “Hospitality, Leisure, Sport & Tourism”, “Psychology” y “Social Sciences”), 8 publicaciones en revistas indexadas en el 2º Cuartil del índice JCR, 9 publicaciones en revistas indexadas en el 3er Cuartil del índice JCR y 3 publicaciones en revistas indexadas en el 4º Cuartil del índice JCR, 8 publicaciones en revistas indexadas en el índice SJR de Scopus. Además, es autor de 12 capítulos de libro publicados en obras colectivas de investigación y ha defendido más de 50 ponencias en congresos nacionales e internacionales. También ha participado en una treintena de contratos de investigación.

Ha dirigido cinco tesis doctorales y en la actualidad está dirigiendo otras dos. Ha sido profesor visitante en la Università degli Studi di Bergamo (Italia) y ha participado como ponente invitado en diversos seminarios y cursos de investigación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México), la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Granada, la Universidad de Zaragoza y la Universidad Autónoma de Barcelona. Así mismo, obtuvo en 2004 el Premio José Sanchís Alcover, otorgado por la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE), y en 2017 el Premio a la Mejor Ponencia del Congreso Internacional de Marketing AEMARK.

Es revisor/evaluador en diversas revistas de impacto internacional referenciadas en el índice JCR entre las que cabe destacar: International Marketing Review, Tourism Management, International Journal of Hospitality Management, Computers in Human Behavior, Journal of Sustainable Tourism, Current Issues in Tourism, Spanish Journal of Psychology, Spanish Journal of Marketing ESIC, entre otros.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES (últimos 10 años)- Pueden incluir publicaciones, datos, software, contratos o productos industriales, desarrollos clínicos, publicaciones en conferencias, etc. Si estas aportaciones tienen DOI, por favor inclúyalo.

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (ver instrucciones).

GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO, A.; MARTÍNEZ, P. (2021): “CSR communication on Facebook: Attitude towards the company and intention to share”. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 33, num. 4, pp.

1391-1411 (Impacto JCR: 5.667 Q1 Management / Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas (Scopus): 0.

GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO, A.; MARTÍNEZ, P. (2021): "Determinants of electronic word-of-mouth on social networking sites about negative news on CSR". Journal of Business Ethics, Vol. 171, num. 3, pp. 583-597 (Impacto JCR: 4.141 Q1 Ethics / Q2 Business). Citas (Scopus): 7.

SAN MARTÍN, H.; HERNÁNDEZ, B.; HERRERO, A. (2021): "Social Consciousness and Perceived Risk as Drivers of the Crowdfunding as a Socially Responsible Investment in Tourism". Journal of Travel Research, Vol. 60, num. 1, pp. 16-30 (Impacto JCR: 7.027 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas (Scopus): 5.

HERNÁNDEZ, B.; SAN MARTÍN, H.; HERRERO, A.; FRANCO, J.L. (2020): "What, How and When? Exploring the Influence of Firm-Generated Content on Popularity in a Tourism Context". Journal of Destination Marketing and Management, Vol. 18, 100504 (Impacto JCR: 4.279 Q1 Management / Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas (Scopus): 2.

HERRERO, A.; HERNÁNDEZ, B.; SAN MARTÍN, H. (2020): "Potential funders' motivations in reward-based crowdfunding. The influence of project attachment and business viability". Computers in Human Behavior, Vol. 106, 106240 (Impacto JCR: 5.003 Q1 Psychology Multidisciplinary / Q1 Psychology Experimental). Citas (Scopus): 11.

MARTÍNEZ, P.; HERRERO, A.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M. (2020): "Determinants of EWOM on hospitality CSR issues. In Facebook we trust?". Journal of Sustainable Tourism, Vol. 28, num. 10, pp. 1479-1497 (Impacto JCR: 3.986 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism / Q2 Green & Sustainable Science & Technology). Citas (Scopus): 9.

MARTÍNEZ, P.; HERRERO, A.; GÓMEZ, R. (2019): "Corporate images and customer behavioral intentions in an environmentally certified context: Promoting environmental sustainability in the hospitality industry". Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Vol. 26, num. 6, pp. 1382-1391 (Impacto JCR: 4.542 Q1 Q1 Business / Q1 Management / Q1 Environmental Studies). Citas (Scopus): 13.

SAN MARTÍN, H.; HERRERO, A.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M. (2019): "An integrative model of destination brand equity and tourist satisfaction". Current Issues in Tourism, Vol. 22, num. 16, pp. 1992-2013 (Impacto JCR: 4.147 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas (Scopus): 43.

MARTÍNEZ, P.; HERRERO, A.; GÓMEZ, R. (2018): "Customer responses to environmentally-certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions". Journal of Sustainable Tourism, Vol. 26, num. 7, pp. 1160-1177 (Impacto JCR: 3.400 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism / Q2 Green & Sustainable Science & Technology). Citas (Scopus): 59.

SAN MARTÍN, H.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO, A. (2018): "Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities". Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 35, num. 2, pp. 231-243 (Impacto JCR: 2.988 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas (Scopus): 27.

C.2. Congresos, indicando la modalidad de su participación (conferencia invitada, presentación oral, póster)

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado, indicando su contribución personal. En el caso de investigadores jóvenes, indicar líneas de investigación de las que hayan sido responsables.

Referencia del proyecto: H2020-SFS2016-2.

Título: **MedAID: Mediterranean Aquaculture Integrated Development**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. José Manuel Fernández Polanco

Entidad financiadora: COMISION EUROPEA Mediterranean Agronomic Institute of Zaragoza / International Centre for Advanced Mediterranean Agronomic Studies;

Duración: 01/05/2017 - 31/10/2021

Financiación recibida (en euros): 411.187,50

Título: Determinantes de la Aceptación del Nuevo Paradigma de "Destinos Turísticos Inteligentes" por Turistas, Empresas y Organizaciones Implicadas en la Gestión y Promoción Turística (2020)

Investigadores principales (nombre y apellidos): Dr. D. Ángel Herrero Crespo y Dr. D. Héctor San Martín Gutiérrez

Entidad financiadora: SODERCAN, S.A.

Duración: 01/06/2019 - 30/09/2020

Financiación recibida (en euros): 12.000,00

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados *Incluya las patentes y otras actividades de propiedad industrial o intelectual (contratos, licencias, acuerdos, etc.) en los que haya colaborado. Indique: a) el orden de firma de autores; b) referencia; c) título; d) países prioritarios; e) fecha; f) entidad y empresas que explotan la patente o información similar, en su caso.*

Título: Estudio de turismo cultural en Cantabria: Diagnóstico de situación y propuestas de valorización del patrimonio cultural (2021)

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Ángel Herrero Crespo

Entidad financiadora: Consejería de Educación, Formación Profesional y Turismo

Duración: 02/01/2021 - 01/10/2021

Título: Hidrodiversidad, Patrimonio Azul y Desarrollo Sostenible: Diagnóstico y Propuestas de Actuación sobre el Surf en Cantabria (2020)

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Juan José González Trueba

Entidad financiadora: Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte del Gobierno de Cantabria

Duración: 18/02/2020 - 10/11/2020

Título: Ecoturismo en Cantabria: Diagnóstico de Situación y Propuestas de Actuación (2019)

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. M^a Mar García de los Salmones Sánchez

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Transporte y Comercio del Gobierno de Cantabria

Duración: 04/04/2019 - 31/12/2019

Título: Plan de Marketing de Cantabria como Destino de Turismo Espeleológico (2018)

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Ángel Herrero Crespo

Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio Gob. Cantabria

Duración: 07/03/2018 - 31/12/2018

CURRÍCULUM ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA:	1
11/10/202	

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	Francisco Liébana Cabanillas
--------------------	------------------------------

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Campus Universitario La Cartuja, s/n.		
Teléfono	958242380	correo electrónico	franlieb@ugr.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	2021
Espec. cód. UNESCO	531105,531106, 6114, 611413,531101, 120307		
Palabras clave	Comportamiento del Consumidor, marketing en Internet, medio ambiente, medios de pago, comercio móvil, neuromarketing.		

A.2. Formación académica (*título, institución, fecha*)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
LADE	Universidad de Granada	1998
Doctor	Universidad de Granada	2012

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (*véanse instrucciones*)

Indicadores de calidad de la producción científica

- Publicaciones totales (Web of Science): 100
- Citaciones (Web of Science): 1.592
- Publicaciones totales (SCOPUS): 88
- Citaciones (SCOPUS): 2.074
- Suma de citaciones (Google Scholar): 4.336 (4.106 últimos 5 años)
- Índice i10 (Google Scholar): 69
- H index (Google Scholar): 30
- Sexenios de investigación CNEAI: 2
- **Sexenios de transferencia CNEA: 1 (obtenido en 2019)**
- Tesis dirigidas en los últimos 10 años: 5 (1 con mención internacional)
- Miembro del Grupo de Investigación ADEMAR (SEJ-241)
- Miembro de la Unidad de Excelencia Científica "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa"
- Miembro del Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo de las Universidades de Granada, Málaga y Sevilla
- **Investigador destacado como más influyente del mundo en el "Ranking of the World Scientists: World's Top 2% Scientists", publicado por la Universidad de Stanford (26/10/2021). Primero en la disciplina de Marketing en la UGR.**

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (*máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco*)

El profesor Liébana Cabanillas lleva más de 20 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada. Paralelamente en los primeros años de actividad docente estuvo trabajando en el sector financiero desempeñando diferentes labores de responsabilidad, hasta que en el año 2012 abandonó su cargo de director del Departamento de Canales y Banca Virtual en Caja Rural de Granada centrando su actividad en labores docentes e investigadoras en esta misma área. En la actualidad es el Director del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Ha dirigido 5 tesis doctorales una de ellas con mención internacional, 77 TFM y 30 TFG.

Ha publicado hasta la fecha 100 publicaciones científicas indexadas en WOS, SCOPUS y otros

índices relevantes. En los últimos años ha publicado en revistas pertenecientes al JCR en posiciones relevantes (D1, Q1 y Q2): International Journal of Information Management, Journal of Interactive Marketing, Tourism Management, Technological Forecasting and Social Change, Telematics and Informatics, Computers in Human Behavior, Expert Systems with Applications, Current Issues in Tourism, Journal of Enterprise Information Management, International Journal of Environmental Science and Technology o Journal of Services Marketing entre otras.

Ha publicado 3 libros docentes con Pearson y 17 capítulos de libro, la mayoría de ellos en editoriales internacionales como IGI-Global y Springer. Ha sido Editor de 3 libros internacionales publicados por IGI-Global.

Ha participado en más de 100 Congresos Científicos y ha obtenido 11 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales, el último el premio al mejor artículo científico en marketing 2019 concedido por AEMARK

Ha participado como investigador en 27 proyectos y contratos de investigación (6 como investigador principal), de los cuales 7 fueron obtenidos en convocatorias competitivas (Proyectos Europeos de la Comisión Europea, Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic). En la actualidad es IP en un Proyecto I+D+I FEDER JJAA 2014-2020

Colabora como revisor en más de 40 revistas indexadas y es editor asociado de diferentes revistas pertenecientes a JCR y LATINDEX. **También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo por un importe aproximado de 200.000 euros.** Además, participa en diferentes empresas Spin-Off de la UGR.

Recientemente ha recibido la distinción como uno de los tres investigadores más destacados en la disciplina de Ciencias Sociales en la UGR por el "Ranking of the World Scientists: World's Top 2% Scientists" publicado por la Universidad de Stanford.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones.

Artículos indexados (D1, Q1 y Q2 en JCR y Q1 en SCOPUS últimos 5 años más relevantes)

- **Liébana-Cabanillas, F., Lara-Rubio, J., & Carvajal-Trujillo, E (2022).** Explanatory and predictive model of the adoption of location-based mobile services. International Journal of Intelligent Systems (In press). (IF JCR 2020: 8,709 D1 – SJR 2020: 1,291 Q1).
- **Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., Molinillo, S., & Higuera-Castillo (2022).** Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint. Financial Innovation (In press). (IF JCR 2020: 3,981 Q1 – SJR 2020: 0,536 Q2).
- Herzallah, D., Leiva, F. M., & **Liébana-Cabanillas, F. (2021).** To buy or not to buy, that is the question: understanding the determinants of the urge to buy impulsively on Instagram Commerce. Journal of Research in Interactive Marketing. (IF JCR 2020: 4,018 Q2 – SJR 2020: 0,909 Q2). <https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2021-0145>
- Ashaari, M. A., Singh, K. S. D., Abbasi, G. A., Amran, A., & **Liebana-Cabanillas, F. J. (2021).** Big data analytics capability for improved performance of higher education institutions in the Era of IR 4.0: A multi-analytical SEM & ANN perspective. Technological Forecasting and Social Change, 173, 121119 (IF JCR 2020: 8,593 D1 – SJR 2020: 2,226 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121119>
- Muñoz-Leiva, F., López, M. E. R., **Liebana-Cabanillas, F., & Moro, S. (2021).** Past, present, and future research on self-service merchandising: a co-word and text mining approach. European Journal of Marketing, 55(8), 2269-2307 (IF JCR 2020: 0,95 Q2 – SJR 2020: 1,191 Q1). <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0179>
- Kalinić, Z., Marinković, V., Kalinić, L., & **Liébana-Cabanillas, F. (2021).** Neural Network Modeling of Consumer Satisfaction in Mobile Commerce: An Empirical Analysis. Expert Systems with Applications, 114803 (IF JCR 2020: 6,954 D1 – SJR 2020: 1,368 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114803>

- Cabrera-Sánchez, J.P.; Villarejo-Ramos, A.F.; **Liébana-Cabanillas**, F. & Shaikh, A.A. (2021). Identifying relevant segments of AI app adopters through expanding the UTAUT2's variables. *Telematics and Informatics*. (IF JCR 2020: 6,182 D1 – SJR 2020: 1,567 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101529>
- Singh, S., Singh, N., Kalinic, Z., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2021). Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: an extended perceived value theory of streaming addiction. *Expert Systems with Applications*, 40, 5439–5447. ((IF JCR 2020: 6,954 D1 – SJR 2020: 1,368 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241>
- Higuera-Castillo, E., Guillén, A., Herrera, L.J. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Adoption of electric vehicles: Which factors are really important?. *International Journal of Sustainable Transportation*. In press (IF JCR 2020: 3,929 Q2 – SJR 2020: 1,254 Q1). <https://doi.org/10.1080/15568318.2020.1818330>
- Molinillo, S., Aguilar-Illasca, R., Anaya-Sánchez, R., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: The moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 102404. (IF JCR 2020: 7,135 Q1 – SJR 2020: 1,568 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Molinillo, S., & Japutra, A. (2020). Exploring the determinants of intention to use P2P mobile payment in Spain. *Information Systems Management*. In press (IF JCR 2019: 1,556 Q3 – SJR 2019: 0,651 Q1). <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1818897>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, & N. Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*. In press. (IF JCR 2019: 2,224 Q3 – SJR 2019: 0,888 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Carvajal-Trujillo, E., Molinillo, S., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Determinants and risks of intentions to use mobile applications in museums: An application of fsQCA. *Current Issues in Tourism*. (IF JCR 2019: 4,147 Q1 – SJR 2019: 1,404 Q1). <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1780200>
- Pozón, I., Muñoz-Leiva, F., Higuera-Castillo, E., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Perceived user satisfaction and intention to use massive open online courses (MOOCs). *Journal of Computing in Higher Education*. (IF JCR 2019: 2,271 Q1 – SJR 2019: 1,159 Q1). <https://doi.org/10.1007/s12528-020-09257-9>
- **Liébana-Cabanillas**, F., Carvajal-Trujillo, E., Villarejo-Ramos, Á. F., & Higuera-Castillo, E. (2020). Antecedents of the intention to use NFC mobile applications in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. (IF JCR 2019: 2,796 Q2 – SJR 2019: 0,894 Q1). <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2019-0048>
- Lara-Rubio, J., Villarejo-Ramos, A. F., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Explanatory and predictive model of the adoption of P2P payment systems. *Behaviour & Information Technology*, 1-14. (IF JCR 2019: 1,781 Q2 – SJR 2019: 0,638 Q1). <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1706637>
- Yasin, M., Porcu, L., Abusharbeh, M. T., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). The impact of customer personality and online brand community engagement on intention to forward company and users generated content: palestinian banking industry a case. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 1985-2006. (IF JCR 2019: 2,229 Q2 – SJR 2019: 0,490 Q2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1752277>
- Yasin, M., **Liébana-Cabanillas**, F., Porcu, L., & Kayef, R. N. (2020). The role of customer online brand experience in customers' intention to forward online company-generated content: The case of the Islamic online banking sector in Palestine. *Journal of Retailing*

- and Consumer Services, 52, 101902. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101902>
- Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z.; Marinkovic, V., & **Liébana-Cabanillas, F.** (2020). A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles. *Energy Policy*, 136(IF JCR 2019: 5,042 D1 – SJR 2019: 2,168 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076>
 - Casado-Aranda, L., Sánchez-Fernández, J., Ibáñez-Zapata, & **Liébana-Cabanillas, F.** (2020). How Consumer Ethnocentrism Modulates Neural Processing of Domestic and Foreign Products: A Neuroimaging Study. In press. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101961. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101961>
 - San Martín, S., Jiménez, N., & **Liébana-Cabanillas, F.** (2020). Tourism value vs barriers to booking trips online. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101957. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101957>
 - Kalinić, Z., Marinković, V., Djordjevic, A. & **Liébana-Cabanillas, F. J.** (2020). What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? UTAUT2-based analytical approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 33 (1), 71-94. (IF JCR 2019: 2,659 Q2 – SJR 2019: 0,797 Q1). <https://doi.org/10.1108/JEIM-05-2019-0136>
 - Singh, N., Sinha, N., & **Liébana-Cabanillas, F. J.** (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205. (IF JCR 2019: 8,210 D1 – SJR 2019: 2,881 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
 - Higuera-Castillo, E.; García-Maroto, I.; Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas, F. J.** (2019). Evaluating consumer attitudes toward electromobility and the moderating effect of perceived consumer effectiveness. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 51, 387-398. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.07.006>
 - Anaya-Sánchez, R.; Molinillo, S.; Aguilar-Illescas, R. & **Liébana-Cabanillas, F.** (2019). Improving travellers' trust in restaurant review sites. *Tourism Review*. In press. (IF JCR 2019: 2,908 Q2 – SJR 2019: 0,766 Q1). <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0065>
 - Kalinic, Z.; **Liébana-Cabanillas, F.**, Muñoz-Leiva, F., & Marinkovic, V. (2019). The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38 (1), 138-158. (IF JCR 2019: 2,800 Q2 – SJR 2019: 0,772 Q2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012>
 - Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & **Liébana-Cabanillas, F.**, (2019). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 105980. (IF JCR 2019: 5,003 Q1 – SJR 2019: 2,173 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.004>
 - Kalinic, Z.; Marinkovic, V., Molinillo, S. & **Liébana-Cabanillas, F.** (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 143-153. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.016>
 - Higuera-Castillo, E., Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas, F. J.** (2019). An examination of attributes and barriers to adopt biomass and solar technology. A cross-cultural approach. *Journal of Environmental Management*, 236, 639-648. (IF JCR 2019: 4,219 Q2 – SJR 2019: 1,338 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.02.022>
 - Higuera-Castillo, E., **Liébana-Cabanillas, F.**, Muñoz-Leiva, F., & Molinillo, S. (2019). The role of collectivism in modeling the adoption of renewable energies: a

- cross-cultural approach. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 1-18. (IF JCR 2019: 5,647 Q1 – SJR 2019: 1,321 Q1). <https://doi.org/10.1007/s13762-019-02235-4>
- Molinillo, S., Ruiz-Montañez, M., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2019). User characteristics influencing use of a bicycle-sharing system integrated into an intermodal transport network in Spain. *International Journal of Sustainable Transportation*, 1-12. (IF JCR 2019: 2,709 Q2 – SJR 2019: 1,493 Q1). <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1576812>
 - **Liébana-Cabanillas**, F., Molinillo, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question: Analysis of the determining factors for using NFC mobile payment systems in public transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 139, 266-276. (IF JCR 2019: 5,846 D1 – SJR 2019: 1,815 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.012>
 - Ramos de Luna, I., **Liébana-Cabanillas**, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. 146, 931-944. *Technological Forecasting and Social Change*. (IF JCR 2019: 5,846 D1 – SJR 2019: 1,815 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
 - Casado-Aranda, L.; Sánchez-Fernández, J. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2018). A Neuropsychological Study on How Consumers Process Risky and Secure E-Payments. *Journal of Interactive Marketing*, 43, 151-164. (IF JCR 2018: 4,691 Q1 – SJR 2018: 2,807 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.03.001>
 - Muñoz-Leiva, F.; **Liébana-Cabanillas**, F. & Hernández-Méndez, J. (2018). Etourism advertising effectiveness: Banner type and engagement as moderators. *Journal of Services Marketing*, 32(4), 462-475. (IF JCR 2018: 4,691 Q1 – SJR 2018: 2,807 Q1). <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2017-0039>
 - **Liébana-Cabanillas**, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2018). A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment. *Service Business*, 12(1), 25-64 (IF JCR 2018: 2,293 Q2 – SJR 2018: 0,720 Q1). <https://doi.org/10.1007/s11628-017-0336-7>
 - **Liébana-Cabanillas**, F., Marinković, V., Ramos de Luna, I. R., & Kalinić, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting & Social Change*, 129, 117-130 (IF JCR 2018: 3,815 D1 – SJR 2018: 1,422 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
 - Molinillo, S., **Liébana-Cabanillas**, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: Image and intention to visit. *Tourism Management*, 65, 116-130. (IF JCR 2018: 6,012 D1 – SJR 2018: 2,924 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.021>
 - **Liébana-Cabanillas**, F. & Lara-Rubio, J. (2017). Predictive and explanatory modeling regarding adoption of mobile payment systems. *Technological Forecasting & Social Change*, 120, 32-40. (IF JCR 2017: 3,129 D1 – SJR 2017: 1380 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.04.002>
 - **Liébana-Cabanillas**, F. Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 892-910. (IF JCR 2017: 1,137 Q2 – SJR 2016: 0,404 Q3). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>
 - **Liébana-Cabanillas**, F. & Alonso-Dos-Santos, M. (2017). Factors that determine the adoption of Facebook commerce. The moderating effect of age. *Journal of Engineering and Technology Management*, 44, 1-18. (IF JCR 2017: 2,586 Q2 – SJR 2016: 0,937 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2017.03.001>
 - **Liébana-Cabanillas**, F., Marinković, V., & Kalinić, Z. (2017). A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal*

of Information Management, 37(2), 14-24. (IF JCR 2017: 4,516 Q1 – SJR 2016: 1,373 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.10.008>

C.2. Proyectos más destacados

- Comprensión del impacto y adopción del comercio social mediante técnicas de Big Data bajo un enfoque cognitivo-atencional. Código: BSEJ209UGR18. Entidad financiadora: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 13.050 euros. Duración: 01/01/2020- 31/12/2021- 24 meses.
- Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural. Código: ECO2017-88458-R. Entidad financiadora: [Plan Nacional I+D+i] Agencia Estatal de Investigación (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. **IP: Salvador del Barrio García**. Cuantía total: 37.510 euros. Duración: 01/01/2018- 31/12/2020- 36 meses
- El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable. Código: P12-SEJ-1980. Entidad financiadora [Proyectos de Investigación de Excelencia de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo]: Junta de Andalucía. **IP: Juan Sánchez Fernández**. Convocatoria 2012. Cuantía total: 64.745 euros. Duración: 01/01/2014 - 31/12/2016- 36 meses
- Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. Código: SEJ-6768. Entidad financiadora [Proyectos de Excelencia]: Junta de Andalucía. **IP: Francisco Montoro Ríos**. Cuantía total: 45.000 euros. Duración: 15/03/2011-15/03/2014- 36 meses
- Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing. Código: ECO2012-39576. Entidad financiadora: Plan Nacional de I+D+i. **IP: Francisco Muñoz Leiva**. Cuantía total: 29.250 euros. Duración: 01/02/2013 a 31/01/2016- 36 meses

C.3. Contratos más destacados

- Desarrollo del proyecto de investigación sobre la elaboración de estudios de público, gestión turística y repercusión socioeconómica. Entidad Financiadora: Patronato de la Alhambra y Generalife. Junta de Andalucía. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 144.000 euros. Duración: 01/09/2017- 01/09/2021- 48 meses
- Análisis de expectativas y medición de la satisfacción de los visitantes a la Alhambra y Generalife, Doble de Oro, Museos y resto de actividades propuestas por el Patronato de la Alhambra y Generalife. Entidad Financiadora: Patronato de la Alhambra y Generalife. Junta de Andalucía. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 36.000 euros. Duración: 01/04/2016- 01/04/2017- 12 meses
- Investigación sobre la situación del Autónomo español. Entidad financiadora: Infoautónomos, S.L. **IP: Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 3.000 euros. Duración: 01/01/2018- 31/12/2018- 12 meses
- Análisis de los cambios en el comportamiento en los hábitos de compra en el comercio interior de Andalucía 2016. Entidad Financiadora: Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Junta de Andalucía. **IP: Sebastián Molinillo Jiménez**. Cuantía total: 16.970 euros. Duración: 01/12/2016 – 31/08/2017- 9 meses
- Análisis y propuestas de mejora del sistema de ayuda para el uso del Transporte público para discapacitados visuales. Entidad financiadora: Empresa Municipal de Transporte de Málaga. **IP: Sebastián Molinillo Jiménez**. Cuantía total: 6.000 euros.



Duración: 01/11/2016- 31/07/2017- 8 meses

C.4. Congresos

El solicitante ha participado en **más de 100 Congresos Científicos**, la mayoría de ellos de carácter internacional. Asiste como ponente regularmente a los Congresos Internacionales más prestigiosos en el campo del marketing, business y management tales como el European Marketing Academy (EMAC), Global Marketing Conference, International Marketing Trends, Congreso Internacional de Marketing (AEMARK), Jornadas Hispano-Lusas, Annual Conference of the European Decision Sciences Institute (EDSI), European Academic of Management and Business Economics (AEDEM).

C5. Miembro de Comités Internacionales, Estancias, y Premios y Distinciones

El solicitante ha recibido **10 premios de investigación** por sus trabajos presentados a Congresos Internacionales y artículos científicos en revistas de impacto en los últimos años.

C6. Colaboraciones editoriales.

El solicitante ha participado a lo largo de los últimos años en **6 comités** de distinta relevancia en la disciplina de Comercialización e Investigación de Mercados. Concretamente participa como Editor Asociado de una revista indexada en ISI- JCR y en Scopus, junto con otra indexada en LATINDEX y como miembro de comité editorial de otras 3 revistas. Además, ha actuado como revisor de artículos para más de 30 revistas indexadas en JCR en los ámbitos de “management” y “business”.

C7. Dirección de Tesis y Trabajos Fin de Master.

El solicitante ha dirigido **5 tesis doctorales una de ellas con mención internacional, 77 TFM y 30 TFG.**

Fecha del CVA

01/06/2021

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	MARÍA LETICIA SANTOS VIJANDE		
A.1. Situación profesional actual			
Organismo	Universidad de Oviedo		
Dpto./Centro	Departamento de Administración de Empresas Facultad de Economía y Empresa		
Dirección	Avenida del Cristo, s/n		
Teléfono	985102823	correo electrónico	lsantos@uniovi.es
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	27/04/2012
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Marketing estratégico, innovación, calidad		
A.2. Formación académica			
Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año	
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Oviedo	1993	
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Oviedo	1997	
A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica			
Nº de sexenios de investigación: 4. Fecha del último sexenio de investigación concedido: 2014-2019.			
Nº de sexenios de transferencia: 1.			
Nº de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 2			
CITAS - GOOGLE SCHOLAR	Citas totales: 5.236 - Índice h: 33 – Índice hi10: 59		
Citas - WEB OF SCIENCE	Citas totales: 1.105 Índice h: 16		

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

M^a Leticia Santos Vijande es Premio Extraordinario de Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Oviedo y Catedrática del Área de Comercialización e Investigación de Mercados desde 2012. Sus líneas de investigación se centran en el estudio de la innovación, el marketing estratégico, la gestión de calidad y el aprendizaje organizativo. Participa como miembro activo de equipos de investigación en proyectos financiados por el Plan Nacional de I+D+i desde 1998, asumiendo de forma continuada la dirección de este tipo de proyectos desde 2009. También ha dirigido y/o participado en más de 30 contratos/proyectos de investigación aplicada con las principales empresas e instituciones del Principado de Asturias. Es autora de más de 80 artículos en revistas científicas de impacto, nacionales e internacionales; así como de más de 30 publicaciones en forma de libro o capítulo de libro en editoriales españolas y extranjeras de prestigio, entre los que se encuentran tanto manuales dirigidos a la docencia como trabajos orientados a la difusión de los resultados de investigación. A lo largo de más de 25 años de actividad profesional, su labor académica en investigadora ha sido objeto de diversos reconocimientos; entre otros, el Premio al Mejor Artículo Internacional de Investigación en Marketing (2013), otorgado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), y varios premios en diferentes congresos nacionales e internacionales, en los que ha presentado más de 90 ponencias. Cuenta con cuatro sexenios de investigación y un sexenio de transferencia reconocidos por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI).

Ha dirigido varias Tesis Doctorales, en algún caso con mención de Doctor Internacional, y merecedoras de Premio Extraordinario de Doctorado. Participa con carácter habitual en el Comité Científico de diferentes congresos Nacionales e Internacionales y como miembro del Jurado en premios científicos. Es revisora de las revistas JCR más prestigiosas de la disciplina, y ha desarrollado varias estancias en el extranjero.

Ha desempeñado diversos cargos de responsabilidad como Directora de la Oficina de Internacionalización de la Universidad de Oviedo, Sub-directora del Instituto Universitario de Empresa (IUDE), representante de la Universidad de Oviedo en el Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias, miembro del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, responsable de la gestión del Área de Marketing Estratégico de la Asociación Española de Marketing (AEMARK). Responsable de la Sección de Marketing de la Asociación Científica de Economía de la Empresa (ACEDE). Actualmente es miembro de la Junta Directiva de ACEDE y Editora Asociada de Business Research Quarterly (JCR). Ha sido responsable del Grupo de Investigación SMART de la Universidad de Oviedo y formado parte del equipo de investigación de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, mediante la que participa activamente en la organización de diversas

actividades científicas a lo largo del año. También colabora asiduamente como experta con agencias nacionales de evaluación de la actividad investigadora y docente del profesorado, como la ANECA -Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación-, la AEI -Agencia Estatal de Investigación- y la CNEAI, además de con otros organismos de carácter autonómico (Acsucyl, DEVA, ...). Ha sido miembro y presidenta del Comité Nacional de Evaluación de Sexenios de Investigación del Campo 8 -Ciencias Económicas y Empresariales- y miembro del Comité Echegaray, responsable del desarrollo del Programa Echegaray de selección de profesorado de la Comunidad de Madrid.

Su actividad docente se desarrolla habitualmente, además de en programas de Grado y Postgrado de la Universidad de Oviedo, en Másteres y Programas de Doctorado de otras universidades. Ha formado parte del Tribunal de 22 Tesis Doctorales, varias con Mención de Doctor Internacional, así como evaluadora externa de Universidades extranjeras.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones: Se incluirán como máximo 10 aportaciones

1. **Santos-Vijande, M.L.**; López-Sánchez, J.Á., Loredó, E., Rudd, J. & López-Mielgo, N. (2022). Role of innovation and architectural marketing capabilities in channelling entrepreneurship into performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100174. **JCR Q1**
2. **Santos-Vijande, M.L.**, Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A., & Davison, R. M. (2022). Building user engagement to Mhealth apps from a learning perspective: relationships among functional, emotional and social drivers of user value. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102956. **JCR Q1**
3. López-Sánchez, J.Á., & **Santos-Vijande, M.L.** (2022). Key capabilities for frugal innovation in developed economies: insights into the current transition towards sustainability. *Sustainability Science*, 1-17. **JCR Q1**
4. Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A., **Santos-Vijande, M.L.**, Molina-Collado, M.V., & Imhoff, B. (2022). The role of novel instruments of brand communication and brand image in building consumers' brand preference and intention to visit wineries. *Current Psychology*, 1-17. **JCR Q1**
5. **Santos Vijande, M.L.**, López Sánchez, J.A. Pascual Fernández, P. y Rudd, J. (2021). Service innovation management in a modern economy: insights on the interplay between firms' innovative culture and project-level success factors. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, April, 120562. **JCR Q1**
6. Pascual Fernández, P., **Santos Vijande, M.L.** y López Sánchez, J.A. (2020). Harnessing innovation success in hotels: the interplay among key drivers of new service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23 (9), 2757-2776. **JCR Q1**
7. Pascual Fernández, P., **Santos Vijande, M.L.**, López Sánchez, J.A. y Molina Collado, A. (2020). Key drivers of innovation capability in hotels: implications on performance. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102825. **JCR Q1**
8. **Santos Vijande, M.L.**; López Sánchez, J.A. y Pascual Fernández, P. (2018). Co-creation with clients of hotel services: the moderating role of top management support. *Current Issues in Tourism*, Vol. 21 (3), pp. 301-327. **JCR Q1**
9. **Santos Vijande, M.L.**; López Sánchez, J.A. y Rudd, J. (2016). Front-Line employees' involvement in industrial service innovation: impact of routes of co-creation on ns performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44 (3), 350-375. **JCR Q1**
10. Escanciano García-Miranda, C. y **Santos Vijande, M.L.** (2014). Reasons and constraints to implementing an ISO-22000 food safety management system: Evidence from Spain, *Food Control*, 40, pp. 50-57. **JCR Q1**

C.2. Proyectos de I+D+i en los últimos 10 años

1. **Título: Innovación técnica y social para el desarrollo de la economía circular: claves del cambio hacia un comportamiento sostenible**
Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional de I+D+i.
Código del proyecto: PID2019-105726RB-I00 - Duración: 2020 / 2022
Participantes: 13 profesores, adscritos a la Universidad de Oviedo, Universidad de Castilla la Mancha, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Extremadura y Warwick Business School.
Investigador principal: **M^a Leticia Santos Vijande** - IP (2): Víctor Iglesias Argüelles
2. **Governing the Agri-Food Supply Chain: How to Improve Smallholders' Competitiveness**
Entidad financiadora: PRIMA – Partnership for Research and Innovation in the Mediterranean Area. **European Commission**.
Código del proyecto: pendiente asignación por la AEI nacional. Duración: 2021 / 2023
Participantes: Consorcio formado por 7 universidades en Francia, Italia, Grecia, España y Turquía.
Investigador principal: Manuel González Díaz
3. **Análisis de los efectos de las capacidades clave en el ámbito de la comercialización de nuevos servicios industriales y de consumo. Implicaciones para la competitividad** Referencia: ECO2016-76783-R

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Nacional de I+D+i.

Fecha de inicio: 01/01/2017 Fecha de finalización: 31/12/2019

Investigador principal: Víctor Iglesias Argüelles

4. La innovación como instrumento de competitividad en las empresas de servicios: análisis de la influencia de las capacidades organizativas en la actividad innovadora y el éxito de nuevos servicios industriales y de consumo. Referencia: ECO2012-31300

Ministerio de Economía y Competitividad - Plan Nacional I+D+i

Investigador responsable: **María Leticia Santos Vijande**

Fecha de inicio: 01/01/2013

Fecha de finalización: 30/09/2016

5. Estrategias proactivas y reactivas de recuperación del servicio en el sector turístico: análisis del papel de la innovación guiada por el mercado como instrumento competitivo a largo plazo Referencia: ECO2008-03698/ECON

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia y Tecnología - Plan Nacional I+D+i

Investigador responsable: **María Leticia Santos Vijande**

Fecha de inicio: 01/01/2009

Fecha de finalización: 31/12/2011

C.3. Premios

1. **Best Paper Award 2011** a la mejor ponencia del **7th Thought Leaders in Brand Management Conference**. Otorgado por el Comité Científico del Congreso, Lugano (Suiza). Título del trabajo: "Brand management systems and service firms' competitiveness".
2. **Premio 2013 de AEMARK** al mejor Artículo español de Investigación en Marketing en la literatura internacional durante 2012. Otorgado por el Comité Científico del XXV Congreso Nacional de AEMARK-Asociación Española de Marketing Académico y Profesional, Barcelona. Título del trabajo: "How Organizational Learning Affects Firm's Flexibility, Competitive Strategy and Performance".
3. **Best Paper Award 2013** a la mejor ponencia del **TMS Algarve 2013** –Tourism & Management Studies International Conference, Olhão (Portugal). Otorgado por la School of Management, Hospitality and Tourism, University of the Algarve. Título del trabajo: "Determinants of success in new service development".
4. **Premio 2015 de la Sección de Marketing de ACEDE** a la mejor ponencia de Marketing presentada en el XXV Congreso Nacional, Jaén. Otorgado por el Comité Científico del Congreso. Título del trabajo: "Implicaciones de la cultura innovadora y la orientación al mercado en el valor añadido y los resultados de los nuevos servicios hoteleros".
5. **Premio 2019 de la Sección de Marketing de ACEDE** a la mejor ponencia de Marketing presentada en el XXV Congreso Nacional, La Coruña. Otorgado por el Comité Científico del Congreso. Título del trabajo: "Cultura innovadora, capacidades de marketing y ambidestreza en la empresa innovadora".

D. GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD CIENTÍFICA

D1. Colaboración con organismos nacionales e internacionales

1. **Miembro del Consejo Asesor** encargado de la renovación institucional de los Títulos de Grado de Economía y Economía de la Empresa de la **Universidad Jaime I de Castellón** (2021).
2. Colaboración como parte del **Comité de Expertos Externos encargado de asesorar el diseño de la Estrategia I+D+I de Andalucía (EIDIA)** para el periodo 2021-2027. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades. Dirección General de Investigación y Transferencia del Conocimiento (2021).
3. Colaboración con la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) en 2020, como **PRESIDENTA del Comité Asesor de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI), Campo 8: Ciencias Económicas y Empresariales**.
4. **Miembro del Comité Echegaray**. Programa de Excelencia Echegaray de la Comunidad de Madrid, desde 2019 - 2020.
5. Colaboración con la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) en 2018 y 2019, como Vocal y Secretaria, respectivamente, del **Comité Asesor de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI), Campo 8: Ciencias Económicas y Empresariales**.
6. Colaboración con la **Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA)** de la Agencia Andaluza del Conocimiento para la evaluación de las solicitudes a la Convocatoria de Proyectos I+D+I - Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, desde 2019 - continúa.
7. Colaboración con el **Ministerio de Economía, Industria y Competitividad** -Agencia Estatal de Investigación- en 2009, 2010, 2011 y 2017 como miembro del **Grupo de Expertos** que integran la **Comisión de Selección del Área de Economía (Subárea Empresa)**, encargada de la baremación de los proyectos presentados al Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad y Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia.

8. Colaboración con el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, **Agencia Estatal de Investigación (AEI), Subdivisión de Coordinación y Evaluación (SCE)** en 2017 y 2018 para:
 - **La evaluación de la convocatoria de la Universidad Jaime I de Ayudas Postdoctorales para la incorporación de Jóvenes Doctores a Grupos de Investigación en 2017.**
 - **Evaluación de la convocatoria de la Universidad de Castilla la Mancha de Proyectos de Transferencia Directa de Tecnología 2017.**
 - **Evaluación de la convocatoria de la Universidad Complutense Grupos Investigación UCM 2017.**
9. **Miembro del Panel de Expertos del Programa Academia** de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) encargado de la evaluación de las solicitudes de acreditación para el cuerpo de **Profesores Titulares de Universidad: Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas**, desde 2009 – 2015.
10. Colaboración con la **Universidad Católica de Valencia** en 2015 para la evaluación de las solicitudes al Programa Proyectos para **Grupos Consolidados** (área de Economía).
11. **Colaboración con la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)** en 2014 como **Responsable del Área de Economía y Miembro del Comité de Evaluación** para el **Programa de Cooperación Interuniversitaria con Brasil** convocado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
12. **Evaluada de la actividad investigadora** del personal docente e investigador de la **Universidad Rey Juan Carlos de Madrid** en 2010. Procedimiento certificado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) siguiendo criterios de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI).
13. Colaboración con la **Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL)** para la evaluación de las solicitudes al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación de la Junta de Castilla y León, desde 2010 - continúa.
 - **Programa Apoyo a Proyectos de Investigación**
 - **Evaluación Ex-post de Proyectos de Investigación.**
 - **Convocatoria: contratos postdoctorales.**
 - **Proyectos Grupos de Investigación Reconocidos Universidades Públicas.**
 - **Resultados de Investigación del Profesorado**
14. Colaboración con la **Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP) -actual Subdivisión de Coordinación y Evaluación de la Agencia Estatal de Investigación (AEI).**
 - Evaluación de las solicitudes de Proyectos de **I+D+I** en convocatorias **Nacionales y Regionales** desde 2006 hasta 2008, 2013 - continúa.
 - Evaluación de **Convocatorias de Movilidad** de profesorado del **Ministerio de Ciencia e Innovación**, actividad desarrollada desde 2008 - continúa.
 - **Evaluación** de la concesión de ayudas del **Subprograma Torres Quevedo** para la contratación laboral de **personal de I+D (Programa Nacional de Contratación e incorporación de RRHH)** del **Ministerio de Ciencia e Innovación**, actividad desarrollada desde 2008 - continúa.
 - **Evaluación** de la concesión de ayudas destinadas a la realización de **investigaciones relacionadas con los estudios de las mujeres y del género** convocadas por el **Instituto de la Mujer** en 2012.
15. Colaboración con el **Séptimo Programa Marco de Investigación y Desarrollo Tecnológico (PM)** de la Unión Europea **como experto para la evaluación de proyectos** (Expert for Research Activities) **en 2007.**

D.2. Jurado de Premios

1. Miembro del Jurado encargado de evaluar **The Best Paper Award** entre los trabajos remitidos al **17th International Product Development Management Conference**. Murcia, 2010.
2. **Miembro del Jurado** encargado de otorgar el **Premio a la Mejor Comunicación** del XXIII Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresa (**ACEDE**). Málaga, 2013.
3. **Miembro del Jurado** encargado de otorgar el **Premio a la Mejor Comunicación** del XXV Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresa (**ACEDE**). Jaén, 2015.
4. **Miembro del Jurado** encargado de otorgar el **Premio a la Mejor Comunicación de la Sección de Marketing** del XXVIII Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresa (**ACEDE**). Valladolid, 2018.
5. **Miembro del Jurado** encargado de otorgar el **Premio a la Mejor Comunicación** del XXIX Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresa (**ACEDE**). La Coruña, 2019.

D.3 Otros méritos

1. Visiting Scholar en Warwick Business School.
2. Miembro de 27 Comisiones de Selección de plazas académicas de universidades españolas.
3. Evaluadora externa para la School of Management de la RMIT University (Melbourne, Australia) y la School of Administrative Studies de la York University (Toronto, Canadá).
4. Revisión de manuscritos en más de 30 revistas académicas internacionales indexadas.



-
5. Miembro del Comité científico de 27 Congresos Nacionales e Internacionales.
 6. Miembro de la Academy of Marketing y de la Academy of Marketing Science desde 2009.

Part A. PERSONAL INFORMATION

CV date	4/12/2020
----------------	-----------

First and Family name	SONIA SAN MARTIN GUTIERREZ
------------------------------	----------------------------

A.1. Current position

Name of University/Institution	Universidad de Burgos/Facultad de CC. Económicas		
Department	Economía y Administración de Empresas		
Address and Country	Calle Parralillos, s/n 09001 Burgos (Spain)		
Phone number	+34 947258950	E-mail	sanmarqu@ubu.es
Current position	Professor of Marketing	From	20/12/2017
Key words	UNESCO CODE: 531105; keyword: Marketing		

A.2. Education

PhD, Licensed, Graduate	University	Year
Lda. Ciencias Empresariales	Universidad de Valladolid	2007
Dra. Ciencias Económicas	Universidad de Burgos	2002

A.3. General indicators of quality of scientific production (*see instructions*)

-3 six-year research terms (sexenios). Date of the last one: 05/06/2019.

-Director of 4 doctoral theses (thesis by Jana Prodanova, "Electronic customer behaviour from relational, technology and personality-related theoretical perspectives. The case of high-involvement services", defended in 2016 in Burgos; thesis by Nadia Jiménez, "El efecto del país de origen y la intención de compra de los productos extranjeros", defended in 2010 in Burgos; thesis by Fabricio Matos Cámara, "Un marco multidisciplinar para el estudio de las relaciones del consumidor español con el destino turístico: aplicación al caso de "Mundo Maya-México", defended in 2014 in Burgos (doctoral extraordinary award) and thesis by Paula Rodríguez, "Understanding consumer behavior in an evolving context. From single channel to omnichannel use", defended in 2019 in Burgos.

-Member of the Consolidated Research Unit (UIC) 063 in Castilla y León.

-Director of the registered research group GIR "Research in Marketing and Innovation" (R+M+i) at the Universidad de Burgos.

-Total citations (Google Scholar): 2872; average number of citations per year in the last 5 years: 338; Índice h: 29; Índice i10: 57.

-Total citations (Web of Science): 442; average number of citations per year in the last 5 years: 53; Índice h: 12.

-Total citations (Scopus): 943; average number of citations per year in the last 5 years: 125.6; Índice h: 18.

Papers indexed in JCR /SCOPUS: 25 JCR; 49 SJR

Part B. CV SUMMARY (*max. 3500 characters, including spaces*)

-RESEARCH: Elected member of the Research Commission at the Universidad de Burgos. Director of many research works on consumer behaviour, relationship marketing, electronic commerce and mobile marketing. Pioneer in mobile commerce research in Spain. Reviewer of national research projects for ANEP and papers for numerous national



and international conferences and indexed journal papers. Director and participant in numerous competitive research projects financed in local, regional, national and European contexts. I am one of the most competitive researchers at Universidad de Burgos. I received the doctoral extraordinary award and have been awarded in local, regional and national awards calls.

Director of 15 masters' theses. I am currently directing two more doctoral theses on region-of-origin, national and international consumer behaviour and tourism. I have participated as a speaker in more than 150 national and international conferences on marketing, education, addiction and business administration and have published more than 100 papers and several book chapters on electronic commerce, mobile commerce use and addiction, consumer behaviour and commercial distribution.

-TEACHING. I have been teaching for more than 20 years in Business and Economics Degrees, MBA, interuniversity research master and in doctoral programs on Business Economics and on Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas and was part of the board of teachers in the doctoral program of Patrimonio y Comunicación Audiovisual. I have been a speaker in several post-degree and summer courses and masteres. Director of more than 30 final degree projects. Tutor of students in internship programs in different companies. Coordinator of Erasmus bilateral exchanges with three German universities. Five-year teaching terms and evaluated as "excellent teacher" in three calls of the DOCENTIA program. I have attended more than 100 training courses related with teaching and researching. I have published a book with marketing exercises with ESIC editions. Director of the registered teaching innovation group, I.M.@.G.E, at the Universidad de Burgos. This group has received funding twice, comprises 10 teachers in different national universities, from different knowledge fields and have published several papers on teaching. I was a member of the Teaching Evaluation Commission (DOCENTIA) 5 years, of the MBA Commission and I am part of the Business degree Commission at the Faculty of Economics.

-MANAGEMENT. Director of the Universidad de Burgos Marketing Office. Director of the marketing "cátedra" (Chair in Marketing) financed by Banco Santander, coordinator of the first official MBA in Castilla y León, marketing field director, elected representative in Universidad de Burgos senate.

Part C. RELEVANT MERITS (sorted by typology) (From 2010)

C.1. Publications (maximum 10; see instructions)

-**Rodríguez-Torrico, P.**; Prodanova, J.; **San-Martín, S. & Jiménez, N.** (2020). The ideal companion: the role of mobile phone attachment in travel purchase intention, *Current Issues in Tourism*, 23 - 13, 1659 - 1672.

-**San Martín, S.**; **Jiménez, N.** & **Liébana, F.** (2020). Tourism value VS barriers to booking trips online. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 53.

-**Jimenez, N.**, **San-Martin, S.**, & **Puente, N.** (2019). The path to mobile shopping compatibility. *Journal of High Technology Management Research*, 30(1), 15-26.

-**Rodríguez-Torrico, P.**; **San-Martín, S.** y San-José, R. (2019). What drives m-shoppers to continue using mobile devices to buy?, *Journal of Marketing Theory & Practice*, 27(1), 83-102.

-**Jimenez, N.**, **San-Martin, S.**, Camarero, C., & San Jose Cabezudo, R. (2019). What kind of video gamer are you?. *Journal of Consumer Marketing*, 36(1), 218-227.

-**San Martín, S. & Jiménez, N.** (2017). Curbing electronic shopper perceived opportunism and encouraging trust. *Industrial Management & Data Systems*, 117 (10), 2210-2226.

-**Rodríguez-Torrico, P.**, San José, R. & **San-Martín, S.** (2017). Tell me what they are like and I will tell you where they buy. An analysis of omnichannel consumer behavior. *Computers in Human Behavior*. 68, 465-471.

-**San-Martín, S.**; Prodanova, J. & López, B. (2016). What makes services customers say "Buy it with a mobile phone"? *Journal of Services Marketing*. 30 – 6.



-**San Martín, S.**; López, B.; Ramón, M.A. (2012). Factors determining firms' perceived performance of mobile commerce. *Industrial Management & Data Systems*. 112(5/6), 946 - 963.

-**San Martín, S.**; Camarero, C.; San José, R. (2010). Dual effect of perceived risk on cross- national e-commerce. *Internet Research*. 21 - 1, 46 - 66.

C.2. Research projects (From 2010)

-Title: "Facing youngsters' mobile addiction through an innovative technological app".

Principal researcher: **Sonia San Martín Gutiérrez** (UBU). Financing entity: Comisión Europea (Erasmus +). Reference: 2019-1-ES01-KA201-064250. Strategic Partnerships for school education. 09/2019-12/2021. Funding: 264.190 €.

- Title: A Collective Research Impact Framework and multi-variate models to foster the true engagement of actors and stakeholders in Health Research and Innovation. Principal researcher: **Paola Zarattini** (Italian MS Foundation). Financing entity: Comisión Europea (H2020). 05/2018-04/2021. Grant Agreement 787570. Funding: 3.430.500 €.

- Title: Gestión de las relaciones con clientes y otros stakeholders: estrategias, herramientas y resultados. Principal researcher: **Carmen Camarero** (UVA). ORDEN EDU/1192/2020, 4 November 2020, convocatoria de subvenciones del programa de apoyo a proyectos de investigación cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Financing entity: Junta de Castilla y León. 2021-2023. Funding: 80.000 €.

- Title: Utilización de la contabilidad social como mecanismo visualizador de la salud y seguridad laboral y herramienta para la contratación pública. Principal researcher: Carlos Larrinaga González (UBU). Reference: INVESTUN/19/BU/0001. Financing entity: Junta de Castilla y León. 01/2019-09/2021. Funding: 53.500 €.

- Title: ¿Cómo son los e-turistas en Castilla y León? Tipología y recomendaciones estratégicas para las empresas turísticas. Entidad de realización: Universidad de Burgos. Principal researcher: **Sonia San Martín Gutiérrez** (UBU). Financing entity: Consejo Económico y Social de Castilla y León. 06/2016 - 01/2017. Funding: 3.000 €

- Title: "Tendencias en la distribución comercial minorista: sus implicaciones en el comportamiento de compra". PR: **Óscar González Benito and Mercedes Martos-Partal** (USAL). Financing entity: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica. Reference: Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (ECO2014-53060-R). 01/2018-12/2020. Funding: 23.000 €

- Title: Gestión de productos y servicios bajo el prisma de la innovación abierta. Contribución de clientes, instituciones, emprendedores y tecnologías. Principal researcher: **Carmen Camarero** (UVA). ORDEN EDU/986/2017, de 8 de noviembre, por la que se resuelve la convocatoria de subvenciones del programa de apoyo a proyectos de investigación cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Financing entity: Junta de Castilla y León. 2017-2019. Funding: 36.600 €.

- Title: "Análisis de las innovaciones clave en la distribución comercial minorista: sus determinantes y sus consecuencias en los hábitos de compra". Principal researchers: **Óscar González Benito and Pablo Muñoz Gallego** (USAL). Financing entity: Desarrollo e Innovación Tecnológica Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad (ECO2014-53060-R). 01/2015-12/2017. Funding: 45.000 €

- Title: "Marca de Distribuidor: Implicaciones Competitivas". Principal researchers: **Óscar González Benito and Pablo Muñoz Gallego** (USAL). Financing entity: Desarrollo e Innovación Tecnológica Resolución de 20 de diciembre de 2010 Dirección General de Investigación del Ministerio de Ciencia e Innovación. CONVOCATORIA: Plan Nacional de Investigación Científica de 21 de diciembre de 2010). de la Secretaría de Estado de Universidades e Investigación. 01/2012-12/2014. Funding: 58.000 €

- Title: "Futuro de la compraventa por teléfono móvil. Compradores potenciales y visión de las empresas". Principal researcher: **Sonia San Martín Gutiérrez** (UBU). Financing entity: Fundación Ramón Areces. CONVOCATORIA: IX Concurso Nacional de adjudicación de ayudas para proyectos de investigación en ciencias sociales. Resolución de Enero de 2010. 24/11/2010-24/11/2012. Funding: 36.000 €



C.3. Contracts, technological or transfer merits

-Title: El turismo como motor de desarrollo económico de la provincia de burgos. 6 resarchers. Main researcher: José Luis Peña Alonso. Financed by Fundación Caja de Burgos. 2013-2014. Funding: 15.000 €

-Title: E-Learning. Análisis de ofertas, tendencias y nuevas metodologías educativas. 6 resarchers. Main researcher: Blanca López Catalán. Financed by Escuela de Organización Industrial de Sevilla. 2015. Funding: 15.000 €

C.4. Awards

-1º Award on Marketing and advertising with the work titled "*¡Be seamless, my firm! análisis de la experiencia de interacción omnicanal y sus consecuencias empresariales*". Authors: **Paula Rodríguez, Sonia San Martín**, Rebeca San José & Lauren Trabold. Centro de Estudios Financieros CEF. Madrid. 09/2020. Funding: 9.000 €

-Accésit (Secondary Award) with the research titled "*¿Cómo son los e-turistas en castilla y león? tipología y recomendaciones estratégicas para las empresas turísticas*". Authors: **Sonia San Martín, Nadia Jiménez**, Jana Prodanova & **Paula Rodríguez**. Centro Económico y Social of Castilla y León. 01/2017. Funding: 3.000 €

-Finalists for the national award with the work: *How can ubiquity mitigate the disadvantages of mobile banking services?*. Authors: Jana Prodanova, **Nadia Jiménez & Sonia San Martín**; Cátedra UAM-Accenture en Economía y Gestión de la Innovación. 04/2017.

-Award to the best paper published in the Spanish Journal of Marketing ESIC "*What factors enhance impulse buying in mobile commerce?*". Authors: **Sonia San Martín & Jana Prodanova**. AEMARK (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional), León. 09/2016. Funding: 3.000 €

-National award with the work: *En el comercio móvil en España: ¿Se ajusta la oferta a la demanda?*; Authors: **Nadia Jiménez, Sonia San Martín & Jana Prodanova**; Centro de Estudios Financieros CEF. 10/2016. Funding: 900 €.

- II Award on the best research work with the paper "*¿Qué factores propician la venta por teléfono móvil en las empresas españolas?*"; Authors: **Nadia Jiménez, Sonia San Martín & Blanca López**. Consejo Social de la Universidad de Burgos. 12/2014. Funding: 2.000 €.

-Aster award on the best national marketing research (XXVIII edition) with the work titled "*Un enfoque multidisciplinar para el estudio de la generación de confianza, satisfacción y lealtad del comprador on-line español. Riesgo, implicación y perfil del comprador como moderadores*". Authors: **Sonia San Martín, Nadia Jiménez & Carmen Camarero**. ESIC Business & Marketing School. 06/2010. Funding: 5.000 €

C.5. Other activities and positions.

-Founder and director of the Marketing Office of the Universidad de Burgos. 1/7/2008 a 1/7/2011.

-Chair in Marketing UBU-Banco Santander. Course 2010/2011.

-Member of the Teaching Evaluation Commission (DOCENTIA). 06/2012-2017.

-Member of the Research Commission at Universidad de Burgos. 06/2012-05/2017.

-Member of the Statute Modification Commission at Universidad de Burgos. 06/2012-03/2017.

-Chair of the Board of AEMARK. 09/2012-09/2016.

-Developer and coordinator of the MBA at Universidad de Burgos. 11/2014-04/2016.

-Secretary in the Commission of the doctoral program on Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas from 10/2016.

-Member of the Commission that created and do the follow-up of the studies plan of MBA (2010), FICO degree (2008-2011) and ADE degree (from 2011).

-Academic coordinator of Erasmus exchanges with three German Universities: Flensburg (2001-2013), Deggendorf (from 2003) y Oldenburg-Emden (2005-2013).

-Member of the Tribunal/Committee to evaluate theses in Salamanca, Granada, Burgos,



Madrid.

- Member of teachers and researchers selection Committee in Burgos, Cantabria, Salamanca, Valladolid, Zaragoza, Granada.
- Reviewer of top national and international journals.
- Speaker in 30 courses and seminars targeted at teachers, citizens and directors.
- Presenter in more than 150 teaching and research national and international conferences.
- Attendance to more than 100 courses on teaching and researching.

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA

21-06-2021

Nombre y apellidos Josefa Delia Martín Santana

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Dpto./Centro	Economía y Dirección de Empresas Facultad de Economía, Empresa y Turismo		
Dirección	Campus Universitario de Tafira Módulo Departamental C (Despacho, C-1.05) 35017-Las Palmas de Gran Canaria		
Teléfono	928 45 81 15 677 53 59 60	correo electrónico	josefa.martin@ulpgc.es
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	19-09-2019
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Marketing; Publicidad; Marketing social		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Junio 1990
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Diciembre 1996

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

He obtenido la evaluación positiva en tres tramos de investigación por la CNEAI para los periodos 1999-2004, 2007-2012 y 2013-2018, así como un sexenio por transferencia para el periodo 2001-2016. Además, como reconocimiento a mi labor de investigación, la Agencia Canaria de Evaluación de la Calidad y Acreditación Universitaria (ACECAU) me ha concedido desde 1999 hasta la actualidad la totalidad del complemento retributivo "Investigación".

La producción científica está centrada en cuatro grandes líneas de investigación que han dado lugar a más de 100 publicaciones científicas en revistas indexadas tanto de ámbito nacional como internacional. También soy autora de 6 libros y 23 capítulos de libro. He presentado más de 170 contribuciones de investigación en congresos nacionales e internacionales. Estas publicaciones han generado 7.969 citas en total, con un promedio anual durante los últimos cinco años (2016-2020) de 805 citas y un índice h de 26 (Fuente: Google Académico 21-06-2021).

Otra muestra de la calidad de mi labor investigadora es la concesión de 10 premios en el periodo comprendido entre 2000-2010 por parte de la Fundación FYDE-CajaCanarias y la Consejería de Economía y Hacienda dentro del Programa de Fomento de la Investigación Empresarial en las Universidades Canarias a diferentes trabajos para fomentar su difusión científica.

He dirigido 13 tesis doctorales, que han obtenido la calificación de Sobresaliente Cum laude. Así mismo he participado en 8 proyectos de investigación (1 como IP), en 11 contratos de investigación (4 como IP) y 13 convenios de colaboración (6 como IP).

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)

Mi investigación se centra en cuatro líneas: **Comunicación e Imagen, Economía de la Salud, Gestión de la Empresa Familiar y Dirección de Marketing**. La primera con dos sublíneas: **Eficacia de la Comunicación e Imagen Corporativa**. La primera sublínea tiene como origen mi tesis doctoral, destacando el trabajo de la *Journal of Advertising Research*. En la segunda sublínea destacan dos trabajos publicados en *Annals of Tourism Research*, el primero de los cuales cuenta con 3.435 citas y el trabajo de *Tourism Management* con 1.559. Bajo esta sublínea dirigí dos tesis, la primera de ellas derivó en dos proyectos, uno de ellos del Ministerio de Ciencia en Innovación en 2012.

La línea **Economía de la Salud** incluye trabajos relacionados con el marketing en la donación de sangre, con la gestión y el marketing sanitario y con el marketing social. La andadura investigadora en el tópico de la donación ha culminado la concesión del proyecto de investigación "La orientación de los centros de transfusión de sangre españoles hacia sus principales stakeholders desde una perspectiva de capital social y su influencia en la performance" (ECO2015-64875-R), concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad en 2016, del que soy la investigadora principal. He dirigido seis tesis sobre gestión hospitalaria entre 2013 y 2016, y he firmado dos convenios de colaboración, uno con el Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia del Gobierno de Canarias en 2010 y otro con el Complejo Hospitalario Universitario Insular-Materno Infantil del Gobierno de Canarias en 2014.

A pesar de su juventud, la línea **Gestión de la Empresa Familiar**, que se inició con un contrato de investigación con la Fundación INCYDE en 2005 y derivó en un proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia en Innovación en 2008, ha generado varios trabajos, destacando el de *Family Business Review*, situada en Q1 con un impacto en 2015, año de publicación del trabajo, de 4.147.

La línea **Dirección de Marketing** incluye trabajos sobre el comportamiento del consumidor, la orientación al mercado externo y/o interno y el marketing relacional. De los trabajos incluidos en ella destaca el publicado en 2004 en *European Journal of Marketing* con 977 citas.

Llevo 30 años como docente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la ULPGC en enseñanzas regladas en primer y segundo ciclo, títulos de grado y posgrado y programas de doctorado. Soy autora de 4 manuales usados en la docencia universitaria publicados en editoriales de prestigio. El manual *Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria* se recoge como bibliografía obligatoria o recomendada en casi todas las guías docentes de materias afines en las universidades españolas. He dirigido 13 tesis doctorales, 8 trabajos de doctorado, 20 proyectos fin de máster y 5 trabajos fin de carrera/grado. Actualmente dirijo 1 tesis doctoral.

He sido Secretaria de mi Departamento durante 5 años, Directora/Coordinadora de 4 ediciones del *Máster propio en Dirección de Marketing* y Directora del Programa de Doctorado *Nuevas Tendencias Estratégicas en Administración y Dirección de Empresas* en 5 bienios. Actualmente, soy la coordinadora del *Máster propio en Dirección de Marketing y Comercio Internacional*.

He formado parte del comité científico del Congreso de ACEDE y del Congreso de Marketing, siendo vicepresidenta del comité organizador de este último en 2008. Actualmente, soy miembro de la Comisión de Asesoramiento para la Evaluación del Profesorado de ANECA.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

Libros destacados:

Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D. (1999). *Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria*. Editorial Ariel: Barcelona (85 citas en Google académico y uno de los primeros libros nacionales sobre eficacia publicitaria, que es utilizado en asignaturas de Comunicación y Publicidad en diferentes universidades españolas). ISBN: 9788434421448.

Martín Santana, J.D.; Olarte Pascual, C.; Reinares Lara, P.; Reinares Lara, E. y Samino García, R. (2019). *Gestión de la Comunicación: Un Enfoque Integral*. ESIC Editorial: Madrid. ISBN: 978-84-17914-11-0.

Artículos más relevantes últimos diez años:

Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (in press). The Influence of Family Commitment on the Socioemotional Wealth Agenda of Spanish Family Firms: The Effects on Performance. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* (aceptado 2019 y pendiente de publicación).

Robaina-Calderín, L. y Martín-Santana J.D. A Review of Research on Neuromarketing Using Content Analysis: Key Approaches and New Avenues Cognitive Neurodynamics (aceptado en 2021 y pendiente de publicación).

Romero-Domínguez, L.; Martín-Santana J.D.; Sánchez-Medina, A.J. y Beerli-Palacio, A. The Influence of Sociodemographic- and Donation Behaviour Characteristics on Blood Donation Motivations Blood Transfusion, (aceptado en 2021 y pendiente de publicación).

Martín-Santana, J.D.; Cabrera-Suárez, M.K. y Déniz-Déniz, M.C. (2021). Donor Orientation and Employee Attitudes and Behavior in Spanish Blood Transfusion Centers and Services. *Applied Research in Quality of Life*, 16, 1097-1121. DOI: 10.1007/s11482-019-09806-0.

Martín-Santana, J.D.; Cabrera-Suárez, M.K. y Déniz-Déniz, M.C. (2021). From Culture to Behaviour: Donor Orientation and Organisational Identification. *Journal of Social Marketing*, Vol. 10, Nº 4, pp. 397-425. DOI: 10.1108/JSOCM-06-2019-0083.

Suárez Martel, M.J. y Martín Santana, J.D. (2021). The Mediating Effect of University Teaching Staff's Psychological Well-Being between Emotional Intelligence and Burnout *Psicología Educativa*, Vol. 27, Nº 2, pp. 145-153. DOI: 10.5093/psed2021a12.

Melián-Alzola, L. y Martín-Santana J.D. (2020). Service Quality in Blood Donation: Satisfaction, Trust and Loyalty. *Service Business*, 14, 1 101-129. DOI: 10.1007/s11628-019-00411-7.

Martín-Santana J.D.; Beerli-Palacio, A. y Romero-Domínguez, L. (2020). Recruitment Strategies: Non-Donor Segmentation Based on Intrinsic and Extrinsic Stimuli. *Vox Sanguinis*, 115. 47-59. DOI: 10.1111/vox.12858.

Beerli Palacio, A. y Martín-Santana, J.D. (2020) Explaining the gap in the image of tourist destinations through the content of and exposure. *Current Issues in Tourism*, 23. 20, 2572-2584. DOI: 10.1080/13683500.2019.1658726.

Martín Santana, J.D., Cabrera Suárez, M.K. y Déniz Déniz, M.C. (2020). The Role of the Human Dimension in Organizational Agility: An Empirical Study in Intensive Care Units *Personnel Review*, 49, 9, 1945-1964. DOI: 10.1108/PR-08-2019-0456

Beerli Palacio, A., Martín-Santana, J.D. Y Román-Montoya, C. (2020). Complementary Services at Hotels in Accordance with their Pricing Strategy and the Price Sensitivity of Tourists. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 87, May, 102458. DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102458.

Melián-Alzola, L.; Domínguez Falcón, C. y Martín-Santana J.D. (2020). Service Quality in Blood Donation: Satisfaction, Trust and Loyalty. *Service Business*, 14, 1 101-129. DOI:

10.1007/s11628-019-00411-7.

Déniz-Déniz, M.C., Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2020). Orientation toward Key Non-Family Stakeholders and Economic Performance in Family Firms: The Role of Family Identification with the Firm. *Journal of Business Ethics*, 163, 329-345. DOI: 10.1007/s10551-018-4038-4.

Martín-Santana J.D.; Reinares-Lara, E. y Romero-Domínguez, L. (2020). Modelling the Role of Anticipated Emotions in Blood Donor Behaviour: A Cross-Sectional Study. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 81, December, 102325. DOI: 10.1016/j.joep.2020.102325.

Martín-Santana J.D.; Robaina-Calderín, L.; Reinares-Lara, E. y Romero-Domínguez, L. (2019). Knowing the Blood Non-Donor to Activate Behaviour. *Social Sciences*, 8, 2 324. DOI: 10.1111/vox.12858.

Suárez Martel, M.J.; Martín Santana, J.D. (2019). Influencia del Perfil Sociodemográfico del Profesorado Universitario sobre la Inteligencia Emocional y el Burnout. *Educación XX1*, 22, 2, 93-117. DOI: 10.5944/educXX1.22514

Romero-Domínguez, L.; Martín-Santana J.D.; Sánchez-Medina, A.J. y Beerli-Palacio, A. (2019). Lines of scientific research in the study of blood donor behavior from a social marketing perspective. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* (aceptado 2019 y pendiente de publicación). DOI: 0.1080/10495142.2019.1707741.

Muela-Molina, C., Martín-Santana, J.D. y Reinares-Lara, E. (2020). Journalists as Radio Advertising Endorsers in News/Talk Radio Stations. *Journalism*, 12, 12, 1913-1931. DOI: 10.1177/1464884917753785.

Romero-Domínguez, L.; Martín-Santana J.D.; Beerli-Palacio, A. (2019). Segmenting Active Blood Donors According to their Barriers to Develop Retention Programs. *Transfusion Medicine Reviews*, 33, 176-182.

Reinares Lara P.J. y Martín-Santana, J.D. (2019). Managing Point of Purchase Advertising: Effectiveness in Terms of Recall and Recognition. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49 (July), 289-296.

Reinares Lara, P., Martín Santana, J.D. y Reinares Lara, E. (2019). Optimization of media planning variables for television based on the advertiser's industry. *E&M Economía a Management (Journal E&M Economics and Management)*, 22, 1, 189-205.

Santana-Padilla, Y.G.; Martín-Santana J.D.; Santana-Cabrera, L. y Bernat, A. (2018). Percepción de la calidad de la investigación enfermera en un hospital público (Perception of the Quality of Nursing Research in a Public Hospital). *Revista de Calidad Asistencial (Journal of Healthcare Quality Research-JHQR)*, 33, 3, 157-169.

Déniz-Déniz, M.C., Cabrera-Suárez, M.K.; y Martín-Santana, J.D. (2018). Family Firms and the Interests of Non-family Stakeholders: The Influence of Family Managers' Affective Commitment and Family Salience in Terms of Power. *Business Ethics: A European Review*, 27 (1), 15-28.

Fernández-Monroy, M.; Martín-Santana, J.D. y Galván-Sánchez, I. (2018). Building successful franchise partnerships: the importance of communication and trust. *Management Decision*, 56 (5), 1051-1064.

Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, C.M., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). The Effect of Cultural Intelligence on consumer-based destination brand equity. *Annals of Tourism Research*, 72, 22-36.

Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, C.M., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). Antecedents and consequences of cultural intelligence in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 350-358.

Martín-Santana, J.D.; Reinares-Lara, E. y Reinares-Lara, P. (2018). Using radio advertising to promote voluntary blood donation. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 30 (1), 52-73.

Domínguez-Falcón, M.C.; Martín-Santana, J.D.; De Saa-Pérez, Petra (2017). Predicting market orientation through internal market orientation as culture and behavior: an empirical application in Spanish hotels. *The Service Industries Journal (FSIJ)*, 37, 229-255.

Martín-Santana, J.D.; Reinares-Lara, E. y Reinares-Lara, P. (2017). How does the radio

- spokesperson's voice influence credibility? *Communications - The European Journal of Communication Research*, 42 (2), 151-172.
- Martín-Santana, J.D., Beerli Palacio, A. y Nazzareno, P.A. (2017). Antecedents and consequences of destination image gap. *Annals of Tourism Research*, 62, 13-25.
- Beerli Palacio, A. y Martín-Santana, J.D. (2017). How does confirmation of motivations influence on the pre. and post-visit change of image of destination? *European Journal of Management and Business Economics*, 26 (2), 238-251.
- Martín Santana, J.D., Reinares Lara, P. y Reinares Lara, E. (2016). Spot length and unaided recall in television: Optimizing media planning variables in advertising breaks. *Journal of Advertising Research*, 56 (3), 274-288.
- Domínguez Falcón, M.C.; Martín Santana, J.D. y De Saa Pérez, P. (2016). Human resources management and performance in the hotel industry: the role of the commitment and satisfaction of managers versus supervisors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (3), 490-515.
- Martín Santana, J.D., Reinares Lara, E. y Muela Molina, C. (2015). Music in radio advertising: effects on radio spokesperson credibility and advertising effectiveness. *Psychology of Music*, 43 (6), 763-778.
- Cabrera Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2015). Board Composition and Performance in Spanish Non-Listed Family Firms: The Influence of Type of Directors and CEO Duality. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (BRQ Business Research Quarterly)*, 18 (4), 213-229.
- Moreno Gil, S. y Martín Santana, J.D. (2015). Understanding the image of self-contained and serviced apartment: The case of Sun and Beach Destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39 (3), 373-400.
- Martín-Santana, J.D., Muela Muela-Molina, C., Reinares-Lara, E, y Rodríguez-Guerra, M. (2015). Effectiveness of radio spokesperson's gender, vocal pitch and accent and the use of music in radio advertising. *BRQ Business Research Quarterly*, 18 (3), 143-160.
- Cabrera Suárez, M.K.; Déniz Déniz, M.C. y Martín Santana, J.D. (2015). Family Social Capital, Trust within the TMT, and The Establishment of Corporate Goals Related to Non-Family Stakeholders. *Family Business Review*, 28(2): 145-162.
- Martín Santana, J.D., Muela Molina, C., Reinares Lara, E. y Rodríguez Guerra, M. (2015) Effectiveness of radio spokesperson's gender, vocal pitch and accent and the use of music in radio advertising. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa (BRQ Business Research Quarterly)*, 18(3): 146-160.
- Cabrera Suárez, M.K.; Déniz Déniz, M.C. y Martín Santana, J.D. (2014). The Setting of Non Financial Goals in the Family Firm: The Influence of Family Climate and Identification. *Journal of Family Business Strategy*, 5: 289-299.
- Martín Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2013). Intention of Future Donations: A Study of Donors versus Non-Donors. *Transfusion Medicine*, 23(2): 77-86.
- Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2013). Top management teams and performance in non-listed family firms. *Journal of Management and Organization*, 19(4): 405-423.
- Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2012). Successor's Commitment and Succession Success: Dimensions and Antecedents in the Small Family Firm. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(13): 2736-2762.
- Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2012). The Effectiveness of Web Ads: Rectangle vs Contextual Banners. *Online Information Review*, 36(3): 420-441.
- Martín Santana, J.D. y Beerli Palacio, A. (2012). Achieving donor repetition and motivation by block leaders among current blood donors. *Transfusion and Apheresis Science*, 47(3): 337-343.
- Cabrera Suárez, M.K., Déniz Déniz, M.C. y Martín Santana, J.D. (2011). Familiness and market orientation: A stakeholder approach. *Journal of Family Business Strategy*, 2(1): 34-42.

C.2. Proyectos

“Efectos de la Publicidad no Convencional en las Audiencias Infantiles en la Comunidad de Madrid: Hacia una propuesta social operativa” (URJC-CM-2006-CSH-0580). Entidad financiadora: Universidad Rey Juan Carlos. Investigador principal: Pedro J. Reinares Lara. Duración: 14/3/2007 - 13/3/2008. Financiación recibida: 11.600 euros. Tipo de participación: Investigador. Número de investigadores: 7.

“La sucesión y la ventaja competitiva en la empresa familiar: una perspectiva de stakeholders” (ECO2008-00265/ECON). Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación en el marco del Plan Nacional de I+D+I (2008-2011). Investigador principal: M. Katiuska Cabrera Suárez. Duración: 1/9/2008 - 31/8/2012. Financiación recibida: 42.000 euros. Tipo de participación: Investigador. Número de investigadores: 4.

“Valoración económica de la imagen dinámica de los destinos turísticos” (ECO2012-35112). Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación en el marco del Plan Nacional de I+D+I (2008-2011). Investigador principal: Sergio Moreno Gil. Duración: 1/10/2012 - 30/9/2015. Financiación recibida: 14.000 euros. Tipo de participación: Investigador. Número de investigadores: 9.

“Contribución de Internet al valor de la marca Andalucía como destino turístico” (P11- SEJ-8104). Entidad financiadora: Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía en la convocatoria de Proyectos de Investigación de Excelencia de la convocatoria 2011. Investigador principal: Dolores M^a Frías Jamilena. Duración: 27/03/2013 - 26/03/2016. Financiación recibida: 51.750 euros. Tipo de participación: Investigador. Número de investigadores: 11.

“La orientación de los centros de transfusión de sangre españoles hacia sus principales *stakeholders* desde una perspectiva de capital social y su influencia en la performance” (ECO2015-64875-R). Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad en el marco de la convocatoria 2015 de Proyectos I+D+I del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad. Investigador responsable: Josefa D. Martín Santana. Duración: 1/1/2016-31/12/2018. Financiación recibida: 18.271 euros. Número de investigadores: 5.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

“I y II Fases del Plan Estratégico, Económico y Social de Gran Canaria”. Entidad: Cabildo Insular de Gran Canaria. Investigador principal: Juan Manuel García Falcón. Duración: 1996-1997 y 1999-2000. Cuantía: n.d. Tipo de participación: (1) Investigador, (2) miembro del equipo de coordinación científica y responsable de garantizar la coherencia e idoneidad de las acciones estratégicas en las distintas áreas y sectores de actividad y (3) miembro del equipo responsable del diseño de la metodología para definir las acciones estratégicas de las áreas y/o sectores y del análisis de los resultados de la metodología Delphi.

“Doce fichas técnicas de evaluación de proyectos empresariales para el desarrollo rural susceptibles de constituirse en entidades de economía social”. Entidad: Fondos FEDER. Investigador principal: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana. Duración: 02/09/2003 - 31/12/2003. Cuantía: 60.000 euros.

“Estudios de mercado cualitativo y cuantitativo sobre el lector de prensa”. Entidad: Informaciones Canarias S.A. (INFORCASA). Investigador principal: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana. Duración: 2005 y 2006. Cuantía: 36.000 euros.

“Estudio sobre la empresa familiar en la provincia de Las Palmas. Entidad: INCYDE (Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa). Investigador principal: M^a Katiuska Cabrera Suárez como responsable de la dirección académica del

proyecto y Josefa D. Martín Santana como responsable de la dirección técnica y de la metodología. Duración: 14/11/2005-31/03/2006. Cuantía: 34.588 euros.

“Estudios de mercado cualitativo y cuantitativo sobre el comportamiento de los consumidores de snacks”. Entidad: Aperitivos Snack. Investigador principal: Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana. Duración: 2009 y 2011. Cuantía: 34.500 euros.

“Desarrollo de un modelo explicativo de la conducta de donación de sangre en la Comunidad Autónoma de Canarias”. Entidad: Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia del Gobierno de Canarias. Investigador principal: Josefa D. Martín Santana. Duración: 15/07/2010-31/12/2010. Cuantía: Bases de datos como contraprestación.

“Desarrollo de instrumentos de medición de la calidad percibida del servicio prestado a los diferentes públicos objetivos (internos y externos)”. Entidad: Complejo Hospitalario Universitario Insular-Materno Infantil del Gobierno de Canarias. Investigador principal: Josefa D. Martín Santana. Duración: 26/02/2014-actualidad. Cuantía: Bases de datos como contraprestación.

“Realización del estudio técnico y microanálisis del mercado de trabajo y del desarrollo local de Gran Canaria, y confección del plan integral de empleo y desarrollo local de Gran Canaria 2016-19 (PIEDEL-GC). Entidad: Cabildo Insular de Gran Canaria. Investigadores principales: Antonia M. García Cabrera, Josefa D. Martín Santana y Agustín J. Sánchez Medina. Duración: octubre 2016-diciembre 2017. Cuantía: 135.000 euros.