

**Parte A. DATOS PERSONALES**

**Fecha del CVA** 12/10/2019

Nombre y apellidos	JOSE MARIA BARRUTIA LEGARRETA		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID	G-2405-2011 <a href="http://www.researcherid.com/rid/G-2405-2011">http://www.researcherid.com/rid/G-2405-2011</a>	
	SCOPUS Author ID	8222193400	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) **	<a href="https://orcid.org/0000-0002-1179-8359">https://orcid.org/0000-0002-1179-8359</a>	

(\*) Al menos uno de los dos es obligatorio

(\*\*) Obligatorio

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad del País Vasco (UPV/EHU)		
Dpto./Centro	Economía Financiera II / Facultad de Economía y Empresa		
Dirección	Avda. Lehendakari Aguirre, 83. Bilbao		
Teléfono	946013861	correo electrónico	josemaria.barrutia@ehu.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	02/05/2016
Palabras clave	Servicios, Sector Público, Marketing Social, Actitudes y comportamiento, Cocreación de Valor, Calidad de servicio, Sostenibilidad, Gobernanza, Redes de Políticas, Capital Social, Innovación.		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad del País Vasco (UPV/EHU)	1982
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad del País Vasco (UPV/EHU)	1997

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

Número de Sexenios de Investigación: 3 (2000-2005, 2006-2011, 2012-2017). Número de Sexenios de Transferencia: 1 (2019). Número de Tesis Doctorales Dirigidas en los últimos 10 años: 4 (Doctorandos: Ainhize Gilsanz, 2010; Mario Paredes, 2013; Alexander Vélez, 2018, Ainhize Eletxigerra, 2019).

Publicaciones Totales incluidas en Research ID de Web of Science: 53 (está incompleto, faltan publicaciones incluidas en JCR; ver ORCID y google scholar); citas: 506; índice-H: 13. Citas 2019: 95. Publicaciones incluidas en Q1: 28. Publicaciones Totales incluidas en google scholar: 115; citas totales: 1630; citas año 2019: 223; índice-H: 24.

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

Catedrático de Universidad en el área de Comercialización e Investigación de Mercados, de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y Senior Associate Member del European Studies Centre (St Antonys College) de la Universidad de Oxford, manteniendo estancias largas en 2007-2008 (un año) y 2017 (seis meses; programa Salvador Madariaga) y estancias medias (hasta 2 meses) y cortas con continuidad. Antes de reincorporarse a tiempo completo en la Universidad, en 2001, fue Gerente de la empresa consultora Price Waterhouse-Coopers y Director de Marketing de un Banco Regional. En situación de Servicios Especiales fue Asesor de Asuntos Económicos y Sociales para el Departamento de Presidencia del Gobierno Vasco (2004-2007) y Director de Economía y Planificación del Gobierno Vasco (2013-2016). Ha sido copresidente del comité de gestión de los fondos europeos en el País Vasco (FEDER), presidente de la comisión de precios de Euskadi y patrono fundador de Ikerbasque-Basque Foundation for Science, que actualmente cuenta con 153 investigadores. Ha participado como investigador en una treintena de proyectos competitivos y como IP en otros muchos, entre los que destacan dos proyectos dirigidos del MICINN (2010-2013) y MINECO (2016-2019), la dirección de la Unidad de Formación e Investigación (UFI) en Dirección Empresarial y Gobernanza Territorial y Social de la UPV/EHU (2011-2016) compuesta por un total de 53 investigadores, concedida en el marco del proyecto EUSKAMPUS, Campus de Excelencia Científico Internacional de la UPV/EHU, y la dirección del Grupo Consolidado de Investigación del Gobierno Vasco (2019-2021) al que pertenece



desde 2001. Es miembro fundador de la Asociación de Profesores Universitarios de Marketing (AEMARK) en la que fue responsable del área de Marketing de Servicios entre 2007 y 2014. Entre los destinos de sus publicaciones recientes destacan revistas de alto impacto como: *Journal of Service Research*, *International Journal of Advertising*, *Public Management Review*, *Journal of Environmental Management*, *Global Environmental Change*, *Regional Studies* y *Computers in Human Behavior*. Ha coordinado equipos humanos en la Universidad y también en empresas privadas y en la administración pública. Es evaluador de la ANEP y otras agencias regionales desde 2007, miembro del comité de expertos de los sexenios de transferencia (2019), editor de una revista internacional (IJFSM) y evaluador de revistas de alto impacto.

### **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES** (*ordenados por tipología*)

#### **C.1. Publicaciones ISI/JCR más relevantes desde 2009**

- Barrutia, J. M., Echebarria, C., (2020): Public managers' perception of exploitative and explorative innovation: An empirical study in the context of Spanish municipalities. *International Review of Administrative Sciences*. DOI: 10.1080/14719037.2018.1500630. FI: 2,129, en Q2.
- Echebarria, C., Barrutia, J. M., Aguado, I. (2020): The Smart City Journey: A Systematic Review and Future Research Agenda. *Innovation*. DOI. 10.1080/13511610.2020.1785277. FI: 1,279, en Q3.
- Barrutia, J. M., Echebarria, C. (2020): Public managers' attitudes towards networks: Different motivations, different attitudes. *Public Management Review*. DOI 10.1080/14719037.2019.1708440. FI: 4,221, Q1.
- Barrutia, J. M., Echebarria, C. (2019): Comparing three theories of participation in pro-environmental, collaborative governance networks. *Journal of Environmental Management*, 240, 108-118. FI: 4,865, Q1.
- Barrutia, J. M., Echebarria, C. (2019): Drivers of exploitative and explorative innovation in a collaborative public-sector context. *Public Management Review*, 21(3), 446-472. FI: 3,162, Q1.
- Barrutia, J. M., Velez, A., Echebarria, C. (2019): Openness and front end of innovation: does customer type matter?. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(3), 536-549. FI: 1,7, Q2.
- Aguado-Moralejo, I., Echebarria, C., Barrutia, J.M. (2019): Application of a cluster analysis for the study of social segregation in the municipality of Bilbao. *BAGE*, 81, 1-35. FI: 0,598, Q4.
- Eletxigerra, A., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2018): Place marketing examined through a service-dominant logic lens: A review. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 72-84. FI: 3,800, Q1.
- Echebarria, C., Barrutia, J.M., Eletxigerra, A., Hartmann, P., Apaolaza, V. (2018): Local sustainability processes worldwide: a systematic review of the literature and research agenda. *Journal of Environmental Planning and Management*, 61(8), 1289-1317. FI: 1,855, Q2.
- Apaolaza, V., Hartmann, P., Echebarria, C., Barrutia, J.M. (2017): Organic label's halo effect on sensory and hedonic experience of wine: A pilot study. *Journal of Sensory Studies*, 32(1), 122-143. FI: 2,072, Q1.
- Aguado, I., Barrutia, J.M., Etxebarria, C. (2017): Anillos verdes: Algunas experiencias europeas. *BAGE*, 73, 33-60. FI: 0,598, Q4.
- Barrutia, J.M., Paredes, M.R., Echebarria, C. (2016): Value co-creation in e-commerce contexts: Does product type matter? *European Journal of Marketing*, 50(3/4). FI: 1,006, Q3.
- Echebarria, C., Barrutia, J.M., Aguado, I. Apaolaza, V., Hartmann, P. (2016): Capturing the benefits that emerge from regional sustainability networks: The Castile-La Mancha Network of Sustainable Cities and Towns. *Papers in Regional Science*. 95(S1), 27-49. FI: 1,541, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2015): Resource-Based View of Sustainability Engagement. *Global Environmental Change*, 34, 70-82. FI: 5,089, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2015): Factors affecting the attitude of tourism destination local authorities towards sustainable planning tools in a networking context. The Balearic Network of Sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 207-233. FI: 1,959, Q1.



- Barrutia, J.M., Echebarria, C., Paredes, M.R., Hartmann, P., Apaolaza, V. (2015): From Rio to Rio+20: twenty years of participatory, long-term oriented and monitoring local planning?. *Journal of Cleaner Production*, 106, 594-607. FI: 3,844, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C., Apaolaza, V., Hartmann, P. (2014): Informal and formal sources of knowledge as drivers of regional innovation: digging a little further into complexity. *Environment and Planning A*, 46(2), 414-432. FI: 1,604, Q1.
- Hartmann, P., Apaolaza, V., D'Souza C., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2014): Environmental Threat Appeals in Green Advertising: The Role of Fear Arousal and Coping Efficacy. *International Journal of Advertising*, 33 (4), 741-765. FI: 1,754, Q1.
- Barrutia, J.M., Espinosa, M. P. (2014): Consumer expertise matters in price negotiation: An empirical analysis of the determinants of mortgage loan prices in Spain prior to the financial crisis. *European Journal of Marketing*, 48(12/12), 1962-1985. FI: 1,006, Q3.
- Paredes, M.R., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2014): Resources for value co-creation in e-commerce: A review. *Electronic Commerce Research*, 14(2), 111-136. FI: 1,773, Q2.
- Apaolaza, V., Hartmann, P. Lopez, C., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2014): Natural ingredients claim's halo effect on consumers' sensory perception of perfumes. *Food Quality and Preference*, 36, 81-86. FI: 2,727, Q1.
- Apaolaza, V. Hartmann, P., He, J., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2014): Choosing celebrity endorsers for advertising campaigns in cosmopolitan China: Does their ethnicity matter?. *South African Journal of Business Management* 45(3), 45-55. FI: 0,231, Q4.
- Barrutia, J.M., Gilsanz, A. (2013): Integrating consumer expertise and the embodied knowledge of firms as co-creators of value in an electronic commerce context. *Journal of Service Research*, 16(2), 231-246. FI: 4,071, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2013): Why do municipal politicians participate in- and are loyal to- LA21 networks?. *Journal of Cleaner Production*, 45(2), 42-52. FI: 3,844, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C., Hartmann, P., Apaolaza, V. (2013): Municipal managers' engagement in multi-scalar governance arrangements: an empirical analysis grounded in relational economic geography. *Geoforum*, 50, 76-87. FI: 1,877, Q1.
- Echebarria, C., Barrutia, J.M. (2013): Limits of social capital as a driver of innovation: an empirical analysis in the context of European regions. *Regional Studies*, 47(7), 1001-1017. FI: 2,068, Q1
- Hartmann, P., Apaolaza, V., D'souza C., Echebarria, C., Barrutia, J.M. (2013): Nuclear power threats, public opposition and green electricity adoption: Effects of threat belief appraisal and fear arousal. *Energy Policy*, 62, 1366-1376. FI: 2,575, Q1.
- Apaolaza-Ibáñez, V., Hartmann, P., Medina-Robredo, E., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2013): The relationship between use of the online social networking site Tuenti and teenagers' feelings of loneliness, self-esteem and subjective well-being: the relevance of socializing. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1282-1289. FI: 2,696, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2013): Networks: A Social Marketing Tool. *European Journal of Marketing*, 47(1/2), 324-343. FI: 1,006, Q3.
- Aguado, I., Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2013): The Green Belt of Vitoria-Gasteiz. A successful practice for sustainable urban planning. *BAGE*, 61(1), 181-193. FI: 0,180, Q4
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2012): Greening regions: The effect of social entrepreneurship and co-decision/creation on the embrace of good sustainable development practices. *Journal of Environmental Planning and Management*, 55(10), 1348-1368. FI: 1,455, Q3.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2011): Explaining and measuring the embrace of local agenda 21s by local governments. *Environment and Planning A*, 43 (2), 451-469. FI: 1,604, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2011): An Evolutionary View of Policy Networks Management. *European Planning Studies*, 19(3), 379-401. FI: 1,025, Q3.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2010): Developing a new framework to explain transverse evolution of knowledge-driven regional policy networks. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 906-924. FI: 1,672, Q1.



- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2010): Social Capital, Research and Development and Innovation: An Empirical Analysis of Spanish and Italian Regions. *European Urban and Regional Studies*, 17(4), 371-385. FI: 2,780, Q1.
- Barrutia, J.M., Echebarria, C. (2010): Social expertise: A new view to explain spatial divergences in personal consumer loan prices. *The Service Industries Journal*, 30 (11), 1803-1816. FI: 1,017, Q3.
- Echebarria, C., Barrutia, J.M., Aguado, I. (2009): The ISC Framework: Modelling Drivers for the Degree of Local Agenda 21 Implantation in Western Europe. *Environment and Planning A*, 41(4), 980-995. FI: 1,604, Q1.
- Barrutia, J.M., Charterina, J., Gilsanz, A. (2009): E-Service Quality: An Internal, Multichannel and Pure Service Perspective. *The Service Industries Journal*, 29 (12), 1707-1721. FI: 1,017, Q3.
- Aguado, I., Echebarria, C., Barrutia, J.M. (2009): El desarrollo sostenible a lo largo de la historia del pensamiento económico. *Revista de Economía Mundial*, 21, 87-110. FI: 0,228, Q4.

### **C.2. Proyectos**

- Plan Nacional de I+D. Convocatoria 2016. Título: INNOVACION PUBLICA COLABORATIVA Y TRANSFORMATIVA: IMPULSORES Y CONSECUENCIAS. Referencia: ECO2016-76348-R. IP1: JOSE MARIA BARRUTIA. IP2: Carmen Echebarria. Duración en años: 4 (2016-2020) (extendido). Cuantía de la subvención: 20.000€. Entidad financiadora: MINECO. Tipo de participación: investigador principal. Estado del proyecto: concedido.
- Plan Nacional de I+D. Convocatoria 2010. Título: Efecto r@d y co-innovación: el caso del desarrollo sostenible Glocal en España. Código: ECO2010-20792. Entidad financiadora: MICINN. Convocatoria 2010. IP: JOSE MARIA BARRUTIA, Universidad País Vasco. Duración: 01/01/2011-31/12/2013. Cuantía de la subvención: 29.040€. Tipo de participación: investigador principal. Estado del proyecto: concedido/finalizado.
- Programa de Grupos de Investigación Consolidados del Gobierno Vasco. Convocatoria 2018. Título: Gobernanza y Marketing para la Sostenibilidad. Código: GIC 2012/57, IT1354-19. Entidad financiadora: Gobierno Vasco, Departamento de Educación, Universidades e Investigación. IP: JOSE MARIA BARRUTIA. Universidad País Vasco. Duración: 01/01/2019-31/12/2021. Cuantía de la subvención: 76.000€ (incluida la contratación de un becario pre-doctoral). Estado del proyecto: concedido.
- Programa de Creación de las UFI: Unidades de Formación e Investigación. Convocatoria 2011. Título: Unidad de Formación e Investigación en Dirección Empresarial y Gobernanza Territorial y Social. Código: UFI2011/51. Entidad financiadora: Universidad del País Vasco (con fondos europeos). Convocatoria 2011. IP: JOSE MARIA BARRUTIA. Universidad País Vasco. Duración: 01/11/2011-30/06/2016; Cuantía de la subvención: 106.666,03€ Tipo de participación: investigador principal. Estado del proyecto: concedido/finalizado.
- Programa de Grupos de Investigación Consolidados del Gobierno Vasco. Convocatoria 2015. Título: Gobernanza y Marketing para la Sostenibilidad. Código: GIC 2015/57, IT-601-13. Entidad financiadora: Gobierno Vasco, Departamento de Educación, Universidades e Investigación. IP: Carmen Echebarria. Universidad del País Vasco. Duración: 01/01/2016 - 31/12/2018. Estado del proyecto: concedido/finalizado.

### **C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia**

Fue Investigador Principal en dos proyectos continuados de investigación Universidad-Empresa, cofinanciados por una empresa privada (Campo&Ochandiano) por importe de 32654 euros. En el sector privado, como profesor a tiempo parcial, fue Gerente de Cuentas de Banca Corporativa (Grandes Empresas) de Banco Bilbao (1984-1988); Consultor Senior y Gerente de Consultoría en Price Waterhouse (1988-1992) (participando en más de 40 proyectos de consultoría/transferencia) y Director de Marketing de Banco de Vitoria (1993-2001). En el sector público, en situación de servicios especiales, fue Asesor de Asuntos Económicos y Sociales en el Departamento de Presidencia del Gobierno Vasco (2004-2007) y Director de Economía y Planificación en el Departamento de Hacienda y Finanzas del Gobierno Vasco (2013-2016). En ambos periodos perteneció al Comité de Seguimiento del Plan de Ciencia Tecnología e Innovación. Fue co-presidente del Comité de Seguimiento del los Programas Operativos FEDER País Vasco (2007-2013 y 2014-2018). Fue presidente de la Comisión de Precios de Euskadi entre 2013 y 2016. Fue miembro de la Comisión



Vasca de Estadística que dirige las actuaciones de Eustat (Ente Vasco de Estadística). Fue miembro del Comité de Inversiones de la Iniciativa Pyme (Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas), de la Red de Autoridades Ambientales (Ministerio de Economía y Hacienda), de la Red de Políticas de Igualdad (Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad) y de la Red REBECA de Economía Baja en Carbono (Ministerio de Industria, Energía y Turismo). Fue patrono fundacional de Ikerbasque-Basque Foundation for Science, en 2007, que actualmente cuenta con 153 investigadores.

#### **C.4. Principales premios**

- Best Paper Award 2014, International Journal of Advertising (ICORIA) (2014): Hartmann, P., Apaolaza, V., D'Souza, C., Barrutia, J. M., & Echebarria, C.
- The Knut Hold Award (ISPIM-International Society for Professional Innovation Management), 2010: Barrutia, J. M., & Echebarria, C.

<b>Parte A. DATOS PERSONALES</b>		<b>Fecha del CVA</b>	30-06-2015
Nombre y apellidos	María Asunción Beerli Palacio		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	H-2603-2015	
	Código Orcid	0000-0002-1149-2544	

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)		
Dpto./Centro	Facultad de Economía, Empresa y Turismo		
Dirección	Campus Universitario de Tafira, 23017		
Teléfono	correo electrónico	<a href="mailto:Suny.beerli@ulpgc.es">Suny.beerli@ulpgc.es</a>	
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	2002
Espec. cód. UNESCO	5311-05		
Palabras clave	Marketing; Comunicación comercial; Publicidad		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de La Laguna	Junio 1984
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Junio 1990

**A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica**

He participado en 90 publicaciones en forma de artículos, libros y capítulos de libros que han generado 5.560 citas científicas. (Fuente: Google Scholar 15-06-2018). Índice h: 16. Índice i10: 30. El número de citas promedio en los 5 últimos años ha sido de 615,6. El número de publicaciones totales en primer cuartil Q1 ha sido de 7.

Cuento con cuatro Tramos de Investigación concedidos por CNEAI (sexenios) para los periodos 1992-1999. 2000-2005, 2006-2011, (2012-2017).

He dirigido 6 tesis doctorales con la calificación de Sobresaliente Cum laude y actualmente estoy dirigiendo 2 tesis doctorales que se presentarán en breve plazo.

He sido miembro de la Comisión Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) nombrada en 2014.

He participado en 80 congresos internacionales y nacionales con ponencias y comunicaciones.

Directora del Grupo de Investigación Dirección de Marketing, RSC y Empresa Familiar de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria desde el 2002.

He recibido 6 premios a diferentes trabajos de investigación, publicaciones y ponencias a Congresos.

Pertenezco a una gran cantidad de comités científicos de revistas y congresos nacionales e internacionales y he sido miembro del tribunal calificador de 40 tesis doctorales.

**Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM**

La **actividad investigadora**, en la que se observa una continuidad a lo largo de la vida laboral, se ha centrado en tres líneas de investigación principalmente: (1) Comunicación Comercial, (2) Marketing turístico y (3) Marketing Social. Estas líneas de investigación han dado lugar a 68 publicaciones científicas en revistas indexadas internacionales (34) y nacionales (34): 16 JCR, 14 SJR de Scopus, 20 con impacto IN-RECS y 18 en bases de datos de relevancia, aunque sin un índice de calidad relativo. También he publicado 4 libros y 18 capítulos de libros. He presentado 88 contribuciones de investigación a Congresos (43 internacionales y 45 nacionales).

Para el desarrollo de la investigación enmarcada en estas líneas he participado en 7 proyectos de investigación financiados en convocatorias públicas y en 18 contratos de investigación con empresas y administraciones públicas.

Soy evaluadora de trabajos de investigación en múltiples publicaciones científicas internacionales y nacionales y he sido miembro del Consejo Editorial de la Revista Española de Investigación de Marketing y de Journal of Marketing Trends.

Respecto a la **actividad docente** he desarrollado 33 años de docencia (2 años a tiempo parcial y 28 años a tiempo completo) en el área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de La Laguna (4 años) y en la Universidad de las Palmas de Gran Canaria (26 años) en enseñanzas regladas en primer y segundo ciclo, títulos de grado y posgrado oficiales y programas de doctorado. He sido profesora responsable de diferentes asignaturas del área de comercialización e Investigación de Mercados. Además, siempre he obtenido evaluaciones docentes positivas. He dirigido 6 Tesis doctorales y una gran cantidad de trabajos de investigación de Programas de Doctorado, Proyectos Fin de Master, Tesinas y Trabajos Fin de Grado. Asimismo, he sido miembro de más de 50 tribunales de tesis doctorales. He dirigido diferentes títulos propios de la ULPGC (Master y Cursos de Experto)) y actualmente soy la directora/coordinadora del Master Oficial de Marketing y Comercio Internacional de la ULPGC, además de haber sido la responsable de su desarrollo y puesta en práctica. He participado en el Comité Organizador de 5 Congresos Nacionales y he sido la Presidenta del Comité Organizador del Congreso Nacional de Marketing.

Con respecto a los **méritos de gestión**, durante 11 años (1990-2001) he sido Secretaria del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, participado en diversas labores de gestión en la ULPGC como miembro de comisiones académicas y órganos de gobierno. Entre otros he sido miembro electo del Claustro universitario, del Consejo de Departamento, de la Junta de Facultad, de las Comisiones de Asesoramiento Docente, de Autoevaluación Interna, de Investigación, Junta Consultiva, etc.

Respecto a la **actividad profesional**, durante los años 1983 y 1987 he trabajado en la Caja Insular de Ahorros de Canarias, (actualmente Bankia), desempeñando las funciones de técnico del Departamento de Marketing hasta septiembre de 1987 que solicité excedencia voluntaria para incorporarme a la Universidad en dedicación exclusiva. En dicha entidad bancaria desempeñé actividades relacionadas con la creación y desarrollo de nuevos productos, informes relacionados con la localización de oficinas, análisis de rentabilidad de productos, competencia, etc.

## **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES**

### **C.1. Publicaciones**

#### **Libros destacados:**

- *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales* (4 Ediciones revisadas, EDITORIAL. Cívitas (1994, 1998, 2002 y 2005). (182 citas en Google académico) y libro básico en asignaturas de Marketing de diferentes universidades.
- *Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria*. Editorial Ariel. 1999. (71 citas en Google académico) y uno de los primeros libros nacionales sobre eficacia en publicidad utilizado en asignaturas de Comunicación y Publicidad en diferentes universidades españolas.

#### **Artículos destacados por el número de citas (15-06-2018) :**

- Beerli, A. y Martín, J. (2004). "Factors Influencing Destination Image". *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, Issue 3, pp: 657-681. (2201 citas en Google académico).
- Beerli, A. y Martín, J. (2004). "Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain". *Tourism Management*, Vol. 25, Issue 5, pp: 623-636.(1089 citas en Google académico).

- Beerli Palacio, A.; Martín Santana, J.D. and Quintana Déniz, A. (2004). “A Model of Customer Loyalty in the Retail Banking Market”. European Journal of Marketing, Vol. 38, Nº 1/2, pp: 253-275. .(649 citas en Google académico).
- Beerli Palacio, A.; Díaz Meneses, G. and Pérez Pérez, P. (2002). “The Configuration of the University Image and its Relationship with the Satisfaction of the Students”. Journal of Educational Administration, Vol. 40, Nº 5, pp: 486-505. (432 citas en Google académico).
- Beerli, A.; Díaz Meneses, G. y Moreno Gil, S. (2007). “Self-Congruity and Destination Choice”. Annals of Tourism Research, Vol. 34, No 5, pp: 571-587. (252 citas en Google académico).

### **C.3. Contratos**

- Convenio de colaboración firmado en 1996 entre la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, la Fundación Canaria Universitaria y el Cabildo Insular de Gran Canaria al objeto de realizar la primera fase del “Proyecto Gran Canaria Siglo XXI” conducente a diagnosticar la situación actual de las áreas de actividad económica, social y cultural de la Isla como fase previa a la elaboración del Plan Estratégico de Gran Canaria. Mi participación en este proyecto se centró en el área de “Imagen Exterior”, realizando un diagnóstico preliminar de la imagen de esta isla como destino turístico, utilizando la metodología DAFO para detectar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la imagen turística de dicha isla.
- Convenio de colaboración firmado en 1998 entre la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, la Fundación Canaria Universitaria y el Cabildo Insular de Gran Canaria, al objeto de realizar la segunda fase del “Proyecto Gran Canaria Siglo XXI” consistente en establecer las acciones estratégicas que es necesario emprender para el desarrollo futuro de la isla de Gran Canaria. En este proyecto he formado parte del equipo que ha diseñado la metodología a seguir, responsabilizándome igualmente de analizar los resultados de la metodología Delphi aplicada para los diferentes objetivos estratégicos. Por otra parte, he sido la responsable de definir las acciones estratégicas que deben emprenderse para “Crear y Proyectar una Imagen de Marca de Gran Canaria”.
- Los dos proyectos anteriores dieron lugar a la concesión del Premio Canarias 7 (1998) en Economía para el equipo investigador del proyecto Gran Canaria Siglo XXI del que formé parte. Este premio se concede anualmente para reconocer la labor que en esta área han realizado personas o instituciones en Canarias.



**ÓSCAR GONZÁLEZ BENITO**  
**CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD (FULL PROFESSOR)**  
**Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)**

INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR DE EMPRESA (IME)  
DPTO. DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA  
FACULTAD ECONOMIA Y EMPRESA  
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Campus Miguel de Unamuno, 37007 – Salamanca  
Tfno: 923 294500 (ext. 6839)  
Correo electrónico: oscargb@usal.es



### ***FORMACIÓN ACADÉMICA***

---

- Licenciado en Ciencias Matemáticas, Universidad de Salamanca, 1995
- MSc in Marketing, UMIST (U.K.), 1997
- Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Salamanca, 1999

### ***EXPERIENCIA DOCENTE***

---

- Valoración positiva de 4 TRAMOS DE DOCENCIA (1996-2000, 2001-2005, 2006-2010, 2011-2015) por la Comisión de Evaluación de la Universidad de Salamanca.
- Desempeño docente evaluado como EXCELENTE en el Programa Español de Evaluación de la Actividad Docente (DOCENTIA). Última evaluación en 2016.
- Experiencia docente en diversas materias relacionadas con la dirección comercial y la investigación de mercados en diversas titulaciones (Licenciaturas, Ingenierías, Grados).
- Profesor en el Master en Investigación y Doctorado en Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. Distinguido con la Mención de Calidad/Excelencia por el Ministerio de Educación desde la primera convocatoria.
- Colaboración habitual en diversas titulaciones de postgrado (MBAs, Masters, Expertos) y en diversos cursos de formación continua.
- Miembro del Claustro de Profesores de la IME Business School (<https://imeusal.com>) de la Universidad de Salamanca.

### ***EXPERIENCIA INVESTIGADORA***

---

- Valoración positiva de 4 TRAMOS DE INVESTIGACIÓN (1996-2001, 2002-2007, 2008-2013, 2014-2019) por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora. Solicitado el cuarto tramo (2014-2019).
- Miembro del Instituto Multidisciplinar de Empresa (IME).
- Dirección o participación en más de 20 Proyectos de Investigación financiados en convocatorias públicas nacionales e internacionales.
- Investigador Principal de un Proyectos de Investigación dentro del Plan Estatal de I+D+i de manera continuada desde 2006.

- Dirección y participación en diversos Contratos de Investigación con organizaciones públicas y privadas.
- Publicación regular de resultados de investigación en revistas científicas (más de 50 artículos en revistas indexadas en el Journal of Citation Report; más de 20 en otras revistas/libros de carácter internacional; más de 30 en otras revistas/libros de ámbito nacional).
- Publicación de resultados de investigación en revistas de reconocimiento internacional como:
  - o Journal of Retailing,
  - o Marketing Letters,
  - o Industrial Marketing Management,
  - o Journal of Business Research,
  - o Journal of Business Ethics,
  - o Psychology and Marketing,
  - o European Journal of Marketing,
  - o British Journal of Management,
  - o Decision Support Systems,
  - o European Journal of Operations Research,
  - o Journal of the Operational Research Society,
  - o OMEGA, The International Journal of Management Science,
  - o European Management Journal,
  - o Services Industries Journal,
  - o Journal of Travel Research,
  - o Journal of Brand Management,
  - o Journal of Product and Brand Management,
  - o Journal of Retailing and Consumer Services
  - o International Review of Retail, Distribution and Consumer Research
  - o International Journal of Production Economics,
  - o International Journal of Production Research,
  - o Ecological Economics,
  - o Business Strategy and the Environment,
  - o Journal of Environmental Management,
  - o International Journal of Market Research,
  - o Innovation: Management, Policy and Practice Journal,
  - o Small Business Economics,
  - o Journal of Small Business Management,
  - o Journal of Knowledge Management,
  - o Business Research Quarterly,
  - o Journal of Business Economics and Management,
  - o International Journal of Innovation Management,
  - o Food Quality and Preference
  - o International Journal of Hospitality Management
  - o Frontiers in Psychology,
  - o Journal of Information Technology and Decision Making
  - o International Journal of Advertising
  - o ...
- Participación regular en congresos y foros científicos (más de 70 ponencias en congresos internacionales y 50 en congresos nacionales).

- Diversos premios/reconocimientos de investigación otorgados por organizaciones y asociaciones de carácter nacional e internacional (AEMARK, ACEDE, IMTC, ASEDAS, FMRE, EMERALD).
- Dirección de 10 Tesis Doctorales defendidas (máxima calificación) y varias en proceso de realización. Miembro del Tribunal evaluador en más de 30 Tesis Doctorales.
- Ha sido miembro del Comité Científico de Universia Business Review y miembro del Editorial Board del International Journal of Research in Marketing. Ha sido Editor Asociado de Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa y miembro del Consejo Editorial de la Revista Española de Investigación de Marketing. Colaboración habitual como revisor de múltiples revistas y congresos científicos nacionales e internacionales.
- Miembro de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas (ACEDE), y European Marketing Academy (EMAC)

### ***EXPERIENCIA EN GESTIÓN***

---

#### Posiciones académicas

- Catedrático de Universidad (Full Professor) en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Universidad de Salamanca (2007-actualidad).
- Profesor Titular de Universidad (Associate Professor) en el en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Universidad de Salamanca (2001-2007).
- Profesor Ayudante y Profesor Ayudante Doctor (Assistant Professor) en el en el área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) de la Universidad de Salamanca (1998-2001).
- Becario de Formación de Profesorado Universitario (FPU) de la Universidad de Salamanca (1996-1998).

#### Gestión universitaria:

- Director-Gerente de la Fundación General de la Universidad de Salamanca (2013-actualidad).
- Miembro del Consejo de Administración de la sociedad anónima Cursos Internacionales de la Universidad de Salamanca (2015-actualidad).
- Miembro del Consejo de Administración de la sociedad limitada Escuelas de Lengua Española de la Universidad de Salamanca (2013-actualidad).
- Administrador Único de la Sociedad MERCATUS, comercializadora de productos Universidad de Salamanca (2014-2016).
- Director del Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca (2008-2013).
- Vicepresidente de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional – AEMARK (2010-actualidad), y Vocal de su Junta Directiva (2008-2010).
- Coordinador Académico de Tercer Ciclo y Títulos Propios de la Universidad de Salamanca (2001-2008).
- Miembro de las Comisiones de Doctorado y Títulos Propios de la Universidad de Salamanca (2001-2008).
- Miembro de la Comisión Gestora de la Red Universitaria de Estudios de Postgrado y Educación Continua (RUEPEC) (2001-2008).

- Representante de la Universidad de Salamanca en la Task Force of Doctoral Studies and Research del GRUPO COIMBRA (2004-2008).

#### Gestión de formación

- Director/Coordinador del Master Universitario en Tecnologías de Gestión y Comercio Electrónico para PYMEs de la Universidad de Salamanca (2003-2009).
- Director del Título Propio de Especialista Universitario en Gestión Aeronáutica y Aeroportuaria de la Universidad de Salamanca (2009-2010).
- Director del Master en Marketing Digital y el Master in Digital Business Management de la Universidad de Salamanca (2015-actualidad).
- Coordinador de módulos de Comercio Exterior y el módulo de Dirección Comercial y Marketing en los MBA y programas executive de la IME Business School (2008-actualidad).
- Director de varios cursos/seminarios de formación continua.

#### Evaluación

- Colaborador habitual como asesor y evaluador en la verificación, seguimiento y acreditación de planes de estudio (Grados y Masters) en el ámbito de la economía de la empresa (DEVA – Andalucía; AQU – Catalunya; AVAP – Valencia; ACSUG – Galicia, UNIBASQ – País Vasco).
- Miembro del grupo de trabajo para el diseño de una certificación de títulos propios, ANECA (2004).
- Miembro de la Comisión de creación del Grado en Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca (2008-2009).
- Colaboración como experto independiente en varias organizaciones y agencias de evaluación de la actividad docente e investigadora de instituciones de educación superior (AKKORK, A3ES, AUIP).
- Experiencia como IP en Proyectos de Investigación financiados consecutivamente desde 2006 dentro del Programa Estatal de I+D+I.
- Colaboración como Experto de la Dirección General de Programas y Transferencia de Conocimiento del Ministerio de Ciencia e Innovación, en la evaluación de proyectos de la convocatoria del Plan Nacional correspondiente al año 2009.
- Colaborador habitual como evaluador en convocatorias competitivas de proyectos de investigación (Agencia Nacional de Evaluación de Proyectos - ANEP).
- Experiencia como evaluador en convocatorias competitivas de proyectos de investigación en agencias de evaluación autonómicas (Dirección General de I+D+I de la Xunta de Galicia; Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento - DEVA-ACC; Agencia de Evaluación y Prospectiva - AVAP, Comunidad Valenciana).

### **EN REVISTAS**

- GARRIDO-MORGADO, A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (en prensa): "Which Products Are More Responsive to In Store Displays: Utilitarian or Hedonic?", Journal of Retailing.
- NIETO-GARCÍA, M.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2020): "The More, The Merrier? Understanding How Travel Frequency Shapes Willingness to Pay", Cornell Hospitality Quarterly, 61(4), 401-415.
- SANCHEZ-CHAPARRO, T.; GÓMEZ-FRIAS, V. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2020): "Competitive Implications of Quality Assurance Processes in Higher Education: The Case of Engineering Higher Education in France", Economic Research, 33, 2825-2843.
- NIETO-GARCÍA, M.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A.; VIGLIA, G. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2020): "Be Social! The Impact of Self-Presentation on Peer-To-Peer Accommodation Revenue", Journal of Travel Research, 59(7), 1268-1281.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MORALES-SERAZZI, M. y MARTOS-PARTAL, M. (2020): "¿Qué Factores Determinan el Éxito de un Proyecto de Analítica de Datos?", Investigación & Marketing, 146 (marzo), 6-9.
- MARTOS-PARTAL, M. Y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2019): "Capital de Marca: Pilares, Medición y Efectos sobre el Consumidor y la Empresa", Economía Industrial, 414 (cuarto trimestre).
- FERNANDEZ-HERRERO, M.; HERNÁNDEZ-MAESTRO, R. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2019): "Effects on the Self-Organization Relationship of Changes in the Economic Context", Asia Pacific Journal of Tourism Research, 24(7), 658-668.
- FERNANDEZ-HERRERO, M.; HERNÁNDEZ-MAESTRO, R. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2018): "Autonomy in Trip Planning and Overall Satisfaction", Journal of Travel & Tourism Marketing, 35(2), 119-129.
- SAN MARTÍN, S.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2017): "To What Extent Does Need For Touch Affect Online Perceived Quality", International Journal of Retail and Distribution Management, 45(9), 950-968.
- HIDALGO-BAZ, M.; MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Assessments of the Quality of Organic Versus Conventional Products by Category and Cognitive Style", Food Quality and Preference, 62, 31-37.
- HIDALGO-BAZ, M.; MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Attitudes versus Purchase Behaviors as Experienced Dissonance: The Roles of Knowledge and Consumer Orientations in Organic Markets", Frontiers in Psychology, 8 (248), doi: 10.3389/fpsyg.2017.00248.
- HIDALGO-BAZ, M.; MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Is Advertising Helpful for Organic Businesses? Differential Effects of Packaging Claims", International Journal of Advertising, 36 (4), 542-561.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; VENTURINI, W.T. y GONZÁLEZ-BENITO, J. (2017): "CRM Technology: Implementation Project and Consulting Services as Determinants of Success", International Journal of Information Technology and Decision Making, 16(2), 421-41.
- NIETO-GARCÍA, M.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2017): "Tourists' Willingness to Pay for an Accommodation: the Effect of eWOM and Internal Reference Price", International Journal of Hospitality Management, 62, 67-77.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GARCÍA-ZAMORA, E. (2016): "The Role of Collaboration in Innovation Success: Differences for Large and Small Businesses", Journal of Business Economics and Management, 17(4), 645-662.
- GARRIDO-MORGADO, A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2016): "Influence of Customer Quality Perception on the Effectiveness of Commercial Stimuli for Electronic Products", Frontiers in Psychology, 7 (336), doi: 10.3389/fpsyg.2016.00336.
- VENTURINI, W.T. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2015): "CRM Software Success: A Proposed Performance Measurement Scale", Journal of Knowledge Management, 19 (4), 856-875.
- LANNELONGUE, G.; GONZÁLEZ-BENITO, J. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2015): "Input, Output and Environmental Management Productivity: Effects on Firm Performance", Business Strategy and the Environment, 24 (3), 145-158.
- MARTOS-PARTAL, M.; GONZÁLEZ-BENITO, O. and FUSTINONI-VENTURINI, M. (2015): "Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: Differences across Quality Tiers", Marketing Letters, 26 (2), 187-200.

- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. y SAN MARTÍN, S. (2015): "Brands as Substitutes for the Need for Touch in Online Shopping", Journal of Retailing and Consumer Services, 27, 121-125.
- COTES-TORRES, A.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2015): "Modeling Store Brand Choice: Minimal Effects of Households' Demographic Features", Food Quality and Preference, 46, 113-118.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MUÑOZ-GALLEGO, P.A. y GARCÍA-ZAMORA, E. (2015): "Entrepreneurship and Market Orientation as Determinants of Innovation: The Role of Business Size", International Journal of Innovation Management, 19 (4), 1-28.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. y FUSTINONI-VENTURINI, M. (2015): "Brand Equity and Store Brands Tiers: An Analysis Based on an Experimental Design", International Journal of Market Research, 57 (1), 73-94.
- GARRIDO MORGADO, A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2015): "Merchandising at the Point of Sale: Differential Effect of End of Aisle and Islands", Business Research Quarterly, 18, 57-67.
- LANNELONGUE, G.; GONZÁLEZ-BENITO, J.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y GONZÁLEZ-ZAPATERO, C. (2015): "Time Compression Diseconomies in Environmental Management: The Effect of Assimilation on Environmental Performance", Journal of Environmental Management, 147, 203-212.
- GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2014): "Price Sensitivity versus Perceived Quality: Moderating Effects of Retailer Positioning on Private-Label Consumption", Journal of Business Economics and Management, 15 (5), 935-950.
- LANNELONGUE, G.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y GONZÁLEZ-BENITO, J. (2014): "Environmental Motivations: the Pathway to Complete Environmental Management", Journal of Business Ethics, 124, 135-147.
- GONZALEZ-BENITO, O.; MARTOS-PARTAL, M. and FUSTINONI-VENTURINI, M. (2014): "Retailers' Price Positioning and the Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: The Case of Spain", Psychology and Marketing, 31 (2), 115-125.
- GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2014): "Efectos de la Extensión de la Marca de Distribuidor en el Eje Calidad-Precio", Universia Business Review, 41, 60-78.
- HERNANDEZ MAESTRO, R.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2014): "Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development", Journal of Travel Research, 53 (1), 83-95.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GONZÁLEZ BENITO, J. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2014): "On the Consequences of Market Orientation across Varied Environmental Dynamism and Competitive Intensity Levels", Journal of Small Business Management, 52 (1), 1-21.
- MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2013): "Studying motivations of store-loyal buyers across alternative measures of behavioural loyalty", European Management Journal, 31 (4), 348-358.
- GARCIA-ZAMORA, E.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2013): "Organizational and Environmental Factors as Moderators of the Relationship between Multidimensional Innovation and Performance", Innovation: Management, Policy and Practice Journal, 15 (2), 224-244.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M.M. (2012): "Role of Retailer Positioning and Product Category on the Relationship between Store Brand Consumption and Store Loyalty", Journal of Retailing, 88 (2), 236-249.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2011): "Enfoque de Marketing y Proactividad Medioambiental", CUIDES, Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible, 7, 105-124.
- MARTOS PARTAL, M.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2011): "Store Brand and Store Loyalty: The Moderating Role of Store Brand Positioning", Marketing Letters, 22(3), 297-313.
- HERNANDEZ MAESTRO, R.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2011): "Objective Quality and Business Performance in Service Environments: Moderating Effects of Entrepreneurs' Knowledge and Involvement", The Services Industries Journal, 31(14), 2321-2354.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2011): "Determinación de Precios Óptimos en el Sector de la Distribución Comercial en España: Aplicación de un Enfoque de Competencia Asimétrica", INNOVAR Journal, 21(40), 53-65.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2010): "A Study of Determinant Factors of Stakeholder Environmental Pressure Perceived by Industrial Companies", Business Strategy and the Environment, 19(3), 164-181.
- GONZÁLEZ-BENITO, O.; LOYOLA-GALVÁN, Z. y MUÑOZ-GALLEGO, P. (2010): "Inter-Size and Inter-Brand Competition Analysis within a Product Category: Scope of Cannibalization Effects", Journal of Brand Management, 17(4), 254-265.

- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2010): "Retail pricing decisions and product category competitive structure", Decision Support Systems, 49, 110-119.
- HERNANDEZ MAESTRO, R.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2009): "Implicaciones de los Distintivos de Calidad: Análisis en el Contexto del Turismo Rural Español", Revista Turismo & Desarrollo – Journal of Tourism and Development, 12, 113-126.
- MARTOS PARTAL, M.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2009): "¿Qué Busca el Comprador de Marcas de Distribuidor? Caracterización del Comprador de Marca de Distribuidor por Beneficios Buscados", Universia Business Review, 24, 76-95.
- MARTOS PARTAL, M.M. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2009): "The Effects of Store Brand Loyalty on Store Loyalty: Evidence from de Spanish Market", The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 19 (3), 273-288.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GONZÁLEZ BENITO, J. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2009): "Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success", European Journal of Marketing, 43 (3/4), 500-522.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2009): "Using Store-Level Scanner-Data to Improve Category Management Decisions: Developing Positioning Maps", European Journal of Operational Research, 198, 666-674.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2009): "Spatial mapping of price competition using logit-type market share models and store-level scanner-data", Journal of the Operational Research Society, 60, 52-62.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Determinantes de la Proactividad Medioambiental en la Función Logística: Un Análisis Empírico", Cuadernos de Estudios Empresariales, 18, 51-71.
- JIMENEZ ZARCO, A.I.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Implicaciones de la Orientación al Mercado, la Cooperación y el Uso de las TIC en los Procesos de Innovación de Productos y Servicios", Universia Business Review, 20, 54-67.
- BUSTOS REYES, C.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Store and Store Format Loyalty Measures Based on Budget Allocation", Journal of Business Research, 61 (9), 1015-1025.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2008): "Operations Management Practices linked to the Adoption of ISO14001: An Empirical Analysis of Spanish Manufacturers", International Journal of Production Economics, 113 (1), 60-73.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MARTÍNEZ RUIZ, M.P. y MOLLA DESCALS, A. (2008): "Latent Segmentation Using Store-Level Scanner Data", Journal of Product and Brand Management, Vol. 17, Nº 1, 37-47.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2008): "Implications of Market Orientation on the Environmental Transformation of Industrial Firms", Ecological Economics, Vol. 64, 752-762.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2007): "Enfoque de Marketing y Proactividad Medioambiental", Mediterráneo Económico, Colección de Estudios Socioeconómicos, Vol. 11, 129-146.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; BUSTOS REYES, C.A. y MUÑOZ-GALLEGO, P.A. (2007): "Isolating the Geodemographic Characterisation of Retail Format Choice from the Effects of Spatial Convenience", Marketing Letters, Vol. 18, 45-59.
- JIMENEZ ZARZO, I.; MARTINEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Success Factors in New Services Performance: A Research Agenda", The Marketing Review, Vol. 9, Nº 3 (Autumn), 265-283.
- JIMENEZ ZARZO, I.; MARTINEZ RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Performance Measurement System (PMS) Integration into New Product Innovation: A Literature Review and Conceptual Framework", Academy of Marketing Science Review, Nº 9, 1-16.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Mapas de Posicionamiento Competitivo Basados en Modelos Logit con Heterogeneidad Latente: Aplicación a las Cadenas de Supermercados", Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 10, Nº 2, 117-138.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2006): "Implantación de Practicas Logísticas Medioambientales: Papel de la Certificación Medioambiental", Distribución y Consumo, Nº 88 (julio-agosto), 88-97.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Mix de Datos para el Analisis de la Localización Minorista: Una Propuesta", Investigación y Marketing, Nº 90 (marzo), 56-62.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "The Role of Stakeholder Pressure and Managerial Values in the Implementation of Environmental Logistics Practices", International Journal of Production Research, Vol. 47, Nº 7, 1353-1373.

- BUSTOS REYES, C.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "Papel del Formato Comercial en la Lealtad al Establecimiento Minorista", Información Comercial Española, Nº 828 (enero-febrero), 269-288.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2006): "A Review of Determinant Factors of Environmental Proactivity", Business Strategy and the Environment, Vol. 15, Nº 2, 87-102.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2005): "Cultural vs. Operational Market Orientation and Objective vs. Subjective Performance: Perspective of Production and Operations", Industrial Marketing Management, Vol. 34, Nº 8, 797-829.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Gestión de Categorías en el Establecimiento Minorista: Modelización de la Decisión de Precios con Datos de Escáner", Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 9, Nº 2, 35-54.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2005): "The Role of Geodemographic Segmentation in Retail Location Strategy", International Journal of Market Research, Vol. 47, Nº 3, 295-316.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "A Study of Motivations of Environmental Transformation of Companies", Industrial Marketing Management, Vol. 34, Nº 5, 462-475.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y KOPALLE, P.K. (2005): "Asymmetric Competition in Retail Store Formats: Evaluating Inter- and Intra-Format Spatial Effects", Journal of Retailing, Vol. 81, Nº1, 65-79.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "An Analysis of the Relationship Between Environmental Motivations and ISO14001 Certification", British Journal of Management, Vol. 16, 133-148.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Environmental Proactivity and Business Performance: An Empirical Analysis", OMEGA The International Journal of Management Science, Vol. 33, Nº 1, 1-15.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Spatial Competitive Interaction of Retail Store Formats: Modeling Proposal and Empirical Results", Journal of Business Research, Vol. 58, Nº 4, 457-466.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "¿Qué Contingencias Determinan el Desarrollo de una Logística Más Respetuosa con el Medioambiente?", Logística Profesional, Nº 94, 63-66.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Papel de la Localización en la Selección de Establecimiento Minorista: Un Enfoque Tridimensional", Distribución y Consumo, Nº 80 (marzo-abril), 100-107.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Perfiles de Proactividad Medioambiental: Evidencia en las Empresas Industriales Españolas", Universia Business Review, Nº 5, 92-101.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2004): "Random Effects Choice Models: Seeking Latent Predisposition Segments in the Context of Retail Store Format Selection", OMEGA The International Journal of Management Science, Vol. 32, Nº 2, 167-177.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2004): "Geographic Price Discrimination as a Retail Strategy: Role of the Geodemographic Profile of the Market", International Journal of Market Research, Vol. 46, Nº 4, 443-464.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y SANTOS REQUEJO, L. (2002): "A Comparison of Approaches to Exploit Budget Allocation Data in Cross-Sectional Maximum Likelihood Estimation of Multi-Attribute Choice Models", OMEGA The International Journal of Management Science, Vol. 30, Nº 5, 315-324.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y SANTOS REQUEJO, L. (2002): "Características del Consumidor en la Búsqueda de Perfiles Latentes de Respuesta de Mercado: Aplicación a la Selección de Establecimiento Minorista", Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 6, Nº 1, 37-58.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2002): "Overcoming Data Limitations for Store Choice Modelling: Exploiting Retail Chain Choice Data by Means of Aggregate Choice Models", Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 9, Nº 5, 257-266.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y SANTOS REQUEJO, L. (2002): "Competencia Horizontal Inter-Formato del Descuento Español: Análisis en el Marco de la Estrategia de Localización", Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 11, Nº 1, 145-162.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2002): "Geodemographic and Socioeconomic Characterisation of Retail Attraction of Leader Hypermarket Chains in Spain", The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Vol. 12, Nº 1, 81-103.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2001): "Modelización LOGIT de la Selección de Establecimiento Minorista: Fundamentos Teóricos", ESIC Market, Nº 110, 65-91.



- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y MATÍAS FERNÁNDEZ, A. (2001): Determinantes Estratégicos de la Selección de Establecimiento Minorista: Aplicación de un Modelo MCI Subjetivo de Asignación de Recursos, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 10, Nº 1, 177-194.
- GONZÁLEZ BENITO, J. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2001): Logística Inversa: Un Análisis Conceptual de Nuevos Flujos Físicos en los Canales de Distribución, ESIC Market, Nº 110, 9-21.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2001): Interformat Spatial Competition of the Spanish Hypermarket, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Vol. 11, Nº 1, 63-81.
- GONZALEZ BENITO, O. y GONZÁLEZ BENITO, J. (2000-2001): Estrategias de Cobertura Espacial del Mercado Español de las Cadenas Líderes de Hipermercados, Información Comercial Española, Revista de Economía, Nº 789, 139-151.
- SANTOS REQUEJO, L. y GONZALEZ BENITO, O. (2000): Comercio Minorista Independiente Español, Boletín Económico de Información Comercial Española, Nº2652, 15-27.
- SANTOS REQUEJO, L. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2000): Economic Success Factors in Spanish Small Retail Businesses. An Analysis Based on Sector-Relative Definitions, Small Business Economics, Vol. 15, Nº 3, 209-222.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2000): Competencia Espacial Intraurbana de las Cadenas Líderes de Hipermercados en España: Modelización Explicativa en el Marco de la Estrategia de Localización, Revista Española de Investigación de Marketing, ESIC, Vol. 4, Nº 1, 113-141.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; GRETOREX, M. y MUÑOZ GALLEGO, P.A. (2000): Assessment of Potential Retail Segmentation Variables: An Approach Based On a Subjective MCI Resource Allocation Model, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 7, Nº 3, 171-179.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y CARRASCO HERNÁNDEZ., D. (1999): Interacción Competitiva de las Fórmulas Comerciales: Fidelidad al Formato Comercial de los Consumidores, Distribución y Consumo, Nº 47 (agosto-septiembre), 52-65.

## EN LIBROS

- MORALES-SERAZZI, M.A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2020): "Data Analytics: Challenges and Opportunities for the Family Business", en Palma-Ruiz, J.M.; Barros-Contreras, I. y Gnan, L. (Editores), Handbook of Research on the Strategic Management of Family Businesses, IGI Global, 344-361.
- GONZÁLEZ-BENITO, O; MARTOS-PARTAL, M. y GARRIDO-MORGADO, A. (2018): "Retail Store Format Decisions", en Gielens, K. y Gijssbrechts, E. (Editors), Handbook of Research on Retailing, Edward Edgar Publishing, 331-343.
- GARRIDO-MORGADO, A.; GONZÁLEZ-BENITO, O. y MARTOS-PARTAL, M. (2018): "Influence of Customer Quality Perception on the Effectiveness of Commercial Stimuli for Electronic Products", en Martínez-Ruiz, M.P., Gómez-Suarez, M., Jiménez-Zarco, A.I. y Izquierdo-Yusta, A. (Editors), From Consumer Experience to Affective Loyalty: Challenges and Prospects in the Psychology of Consumer Behavior 3.0, Frontiers Media, Lausanne, 156-170. doi: 10.3389/978-2-88945-412-9
- NIETO GARCÍA, M.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2017): "La Influencia del eWOM en la Disposición a Pagar por un Alojamiento Turístico y el Papel Moderador del Precio de Referencia", en Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Vazquez Casielles, R.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (Coordinadores), Marketing Insights: La Respuesta del Comercio a las Tendencias de Comportamiento Social del Consumidor, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 33-48.
- GARRIDO MORGADO, A.; GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2016): "Managing In-Store Stimuli for Different Private Label Tiers", Gómez-Suarez, M. y Martínez-Ruiz, M.P. (Editors), Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovery Economy, IGI-Global, 225-243.
- GARRIDO MORGADO, A.; GONZÁLEZ BENITO, O.; CAMPO, K. y MARTOS PARTAL, M. (2015): "Improving Sales of Private Labels in Store", en Martínez-López, F.J.; Gázquez-Abad, J.C. y Sethuraman, R. (Editores), Advances in National Brand & Private Label Marketing, Springer, Suiza, 1-7.
- LANNELONGUE, G.; GONZALEZ-BENITO, J. y GONZALEZ-BENITO, O. (2012). "EMAS vs ISO 14001: is now the time to change?", en Prado Lorenzo, J.M. y García Sánchez, I.M. (Editores), Sustainable development: New Research, Nova Science Publishers, Inc., NY., 169-176.

- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTINEZ-RUIZ, M.P. (2012): "Datos de Escáner en el Punto de Venta: Aplicación a las Decisiones de Precio", en Vazquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (Coordinadores), Estrategias Multicanal en Ámbito de la Distribución: Distribuidor y Fabricante Preocupados por Ofrecer Nuevas Experiencias de Compra Diferenciadas, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 99-113.
- LANNELONGUE, G.; GONZALEZ-BENITO, J. y GONZALEZ-BENITO, O. (2011). "ISO 14001 Research: An Academic Approach", en Dupont, H.C. (Editor), Environmental Management: Systems, Sustainability and Current Issues, Nova Science Publishers, Inc., NY, 133-158.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2011): "Tipología de las MDD", en Puelles, Gómez y Puelles (Coordinadores): Marcas de Distribuidor (MDD): Concepto, Evolución, Protagonistas y Adaptación a los Ciclos Económico, Pirámide, Madrid, 42-46.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2011): "MDD y Fidelización a la Enseña Comercial", en Puelles, Gómez y Puelles (Coordinadores): Marcas de Distribuidor (MDD): Concepto, Evolución, Protagonistas y Adaptación a los Ciclos Económico, Pirámide, Madrid, 132-142.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MARTOS PARTAL, M. (2010): "Marca de Distribuidor y Fidelización de Clientes", en Vazquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (Coordinadores), Distribución Comercial y Comportamiento del Consumidor, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, 85-100.
- GONZÁLEZ BENITO, O. (2010): "Modelos Probabilísticos de Elección del Consumidor: Aportaciones de la Estadística Bayesiana a la Representación de la Heterogeneidad de los Consumidores", en Berne Manero, C. y Marzo, M. (Coordinadoras), La Inferencia Bayesiana: Aplicaciones al Marketing, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza, 17-69.
- JIMENEZ-ZARCO, A.I.; MARTINEZ-RUIZ, M.P. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2008): "Consequences and Strategic Implications of Networked Enterprise and Human Resources", en Torres-Coronas, T. y Arias-Oliva, M. (Editores), Encyclopedia of Human Resources Information Systems: Challenges in e-HRM, Information Science Reference, Hershey, 185-190.
- GONZÁLEZ BENITO, O.; MUÑOZ GALLEGO, P.A. y BUSTOS REYES, C.A. (2006): "Plásticos Durex S.A. Internacionalización en el Sector de Componentes del Automóvil", en Munuera Aleman, J.L. y Rodríguez Escudero, A.I., Estrategias de Marketing - de la Teoría a la Práctica, ESIC Editorial, 247-265.
- MUÑOZ GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Costes de Distribución Física: Almacenes vs. Entrega Directa", en González Vazquez, E. y Alén González, E. (Coordinadoras), Casos de Dirección de Marketing, Pearson - Prentice Hall, Madrid, 169-174.
- MUÑOZ GALLEGO, P.A. y GONZÁLEZ BENITO, O. (2005): "Selección de Canal de Distribución", en González Vazquez, E. y Alén González, E. (Coordinadoras), Casos de Dirección de Marketing, Pearson - Prentice Hall, Madrid, 174-175.
- GONZÁLEZ BENITO, O. y MUÑOZ GALLEGO, P.A. (2005): "Consolidación del Hipermercado en España: Consolidación de la Red Comercial de Carrefour", en González Vazquez, E. y Alén González, E. (Coordinadoras), Casos de Dirección de Marketing, Pearson - Prentice Hall, Madrid, 169-175.

**Parte A. DATOS PERSONALES**

<b>Fecha del CVA</b>	29-01-2021
----------------------	------------

Nombre y apellidos	ÁNGEL HERRERO CRESPO		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID**)	0000-0001-8103-9174	
	SCOPUS Author ID(*)	57208224856	
	WoS Researcher ID (*)		

(\*) *Recomendable*

(\*\*) *Obligatorio*

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad de Cantabria		
Dpto./Centro	Departamento de Administración de Empresas		
Dirección	Av. Los Castros, s/n		
Teléfono	942 20 39 08	correo electrónico	<a href="mailto:herreroa@unican.es">herreroa@unican.es</a>
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	11/12/2019
Palabras clave	Nuevas tecnologías aplicadas al Marketing, Comportamiento del consumidor, Marketing turístico, Marketing de territorios		
Palabras clave inglés	New technologies applied to Marketing, Consumer Behavior, Tourism Marketing, Place Marketing		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Cantabria	1998
Doctor por la Universidad de Cantabria	Universidad de Cantabria	2005

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

2 Sexenios de Investigación (Periodos 2003-2008 y 2009-2014) (Pendiente solicitar tramo 2015-2020).

1 Sexenio de Transferencia (Reconocido en 2020)

Dirección de 5 Tesis Doctoral finalizada y 2 Tesis Doctorales en curso.

18 Publicaciones en revistas indexadas en el 1er Cuartil del índice JCR, 7 publicaciones en revistas indexadas en el 2º Cuartil del índice JCR, 8 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.

Citas totales: WOS: 1.119 / Scopus: 1.432 / Google Scholar: 3.616

Índice H: WOS: 14 / Scopus: 16 / Google Scholar: 25

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

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. En la actualidad es Investigador Responsable del Grupo de I+D+i de Inteligencia de Marketing y Presidente de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK).

Su actividad investigadora ha dado lugar a la publicación de 49 artículos científicos publicados en revistas internacionales y nacionales de reconocido prestigio (36 en publicaciones referenciadas en el índice JCR, 8 en el índice SJR, y las restantes 5 en el índice INRECS). En



particular, 18 de sus artículos han sido publicados en revistas del Primer Cuartil en las categorías “Business”, “Management”, “Economics”, “Communication”, “Hospitality, Leisure, Sport & Tourism”, “Psychology” y “Social Sciences” del índice JCR. 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 participado como ponente invitado en diversos seminarios y cursos de investigación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México), 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.

Es profesor responsable de la asignatura Marketing Internacional del Grado en Administración y Dirección de Empresas y de la asignatura Estrategias de Marketing en Entornos Internacionales del Máster en Dirección de Marketing de la Universidad de Cantabria. Así mismo, es profesor en diversos másters y títulos de posgrado.

## **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES** *(ordenados por tipología)*

### **C.1. Publicaciones** *(veanse instrucciones)*

HERNÁNDEZ, B.; SAN MARTÍN, H.; HERRERO, A.; FRANCO, J.L. (In press): “What, How and When? Exploring the Influence of Firm-Generated Content on Popularity in a Tourism Context”. Journal of Destination Marketing and Management, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 4.279 Q1 Management / Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO, A.; MARTÍNEZ, P. (In Press): “Determinants of electronic word-of-mouth on social networking sites about negative news on CSR”. Journal of Business Ethics, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 4.141 Q1 Ethics / Q2 Business).

HERRERO, A.; HERNÁNDEZ, B.; SAN MARTÍN, H. (In press): “Potential funders’ motivations in reward-based crowdfunding. The influence of project attachment and business viability”. Computers in Human Behavior, Vol. 106, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 5.003 Q1 Psychology Multidisciplinary / Q1 Psychology Experimental).

SAN MARTÍN, H.; HERNÁNDEZ, B.; HERRERO, A. (In press): “The Social Consciousness and Perceived Risk as Drivers of the Crowdfunding as a Socially Responsible Investment in Tourism”. Journal of Travel Research, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 7.027 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

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).

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).

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).

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).

SAN MARTÍN, H.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO, A.; PEREZ, A. (2018): "Explaining residents' attitudes towards tourism and tourists: A new approach based on Brand Theory". International Journal of Tourism Research, Vol. 20, num. 6, pp. 738-747 (Impacto JCR: 2.278 Q2 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

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).

## C.2. Proyectos

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

Relación con el proyecto que se presenta: Sin relación.

Estado del proyecto o contrato: Concedido

Referencia del proyecto: 1FD1997-0897.

Título: **Modelo de Relaciones en el Canal de Distribución. Contraste Empírico en el Sector de la Repostería y Panadería Industrial**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Ignacio Rodríguez del Bosque

Entidad financiadora: MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA

Duración: 31/12/1999 - 31/12/2001

Financiación recibida (en euros): 164.421,89 euros

Relación con el proyecto que se presenta: Sin relación.

Estado del proyecto o contrato: Concedido

## C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

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

Relación con el proyecto que se presenta: Está muy relacionado.

Estado del proyecto o contrato: Concedido

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)**



Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Ángel Herrero Crespo  
Entidad financiadora: SODERCAN, S.A.  
Duración: 01/06/2019 - 30/09/2020  
Relación con el proyecto que se presenta: Está muy relacionado.  
Estado del proyecto o contrato: Concedido

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

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. M<sup>a</sup> Mar García de los Salmones Sánchez  
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Transporte y Comercio  
Duración: 04/04/2019 - 31/12/2019  
Relación con el proyecto que se presenta: Está muy relacionado.  
Estado del proyecto o contrato: Concedido

**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 del Gobierno de Cantabria  
Duración: 07/03/2018 – 31/12/2018  
Relación con el proyecto que se presenta: Está muy relacionado.  
Estado del proyecto o contrato: Concedido

**Título: Diagnóstico de Situación para el Desarrollo del Turismo MICE en Cantabria (2018)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Héctor San Martín Gutiérrez  
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria  
Duración: 06/03/2018 – 31/12/2018  
Relación con el proyecto que se presenta: Está muy relacionado.  
Estado del proyecto o contrato: Concedido

Referencia del proyecto:

**Título: Estudio en Origen de las Preferencias y Comportamiento de los Turistas Extranjeros (2017)**

Investigador principal (nombre y apellidos): Dr. D. Héctor San Martín Gutiérrez  
Entidad financiadora: Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria  
Duración: 27/06/2017 – hasta 30/11/2017  
Estado del proyecto o contrato: Concedido

**C.4. Patentes**

No aplicable

**C.5. Revisor en las siguientes revistas indexadas en el índice JCR**

International Marketing Review (índice de impacto de 2.907 JCR Social Science Edition, 2019, Q2 Business), Tourism Management (índice de impacto de 7.432 JCR Social Science Edition 2019, Q1 Management), International Journal of Hospitality Management (índice de impacto de 6.701 JCR Social Science Edition 2019, Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism), Computers in Human Behavior (Índice de impacto de 5.003 JCR, Social Science Edition 2019, Q1 Psychology, Multidisciplinary), Journal of Sustainable Tourism (índice de impacto de 3.986 JCR Social Science Edition 2019, Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism), Current Issues in Tourism (índice de impacto de 4.147 índice de JCR Social Science Edition 2014, Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism), entre otros.

CURRICULUM VITAE DE LOS MIEMBROS DE COMISIONES PARA  
CONCURSOS DE ACCESO A LOS CUERPOS DOCENTES  
UNIVERSITARIOS <sup>1</sup>

DATOS PERSONALES	
Apellidos y Nombre: IGLESIAS ARGÜELLES, VÍCTOR	
Cuerpo docente al que pertenece: CATEDRÁTICO DE U.	Año de ingreso al cuerpo: 27 de junio de 2007
Universidad a la que pertenece: OVIEDO	
1. ACTIVIDAD INVESTIGADORA	
1.A. Difusión actividad investigadora: publicaciones y creaciones artísticas profesionales, congresos, conferencias, seminarios,.... (relativos a los 5 últimos años- máx.10 ítems)	
<p>AUTORES (p.o. de firma): VÁZQUEZ, RODOLFO, VICTOR IGLESIAS y CONCEPCIÓN VARELA.  TÍTULO: <b>Co-creation and service recovery process communication: effects on satisfaction, repurchase intentions, and word of mouth.</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>Service Business</i>. Vol. 11, Nº 2, pp. 321-343. 2017.</p> <p>AUTORES (p.o. de firma): VÁZQUEZ, RODOLFO, VICTOR IGLESIAS y CONCEPCIÓN VARELA.  TÍTULO: <b>Manufacturer–distributor relationships: role of relationship-specific investment and dependence types.</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>Journal of Business &amp; Industrial Marketing</i> 32(8), pp. 1245-1260. 2017.</p> <p>AUTORES (p.o. de firma): MONSERRAT ENTRIALGO y VÍCTOR IGLESIAS  TÍTULO: <b>Are the Intentions to Entrepreneurship of Men and Women Shaped Differently? The Impact of Entrepreneurial Role-Model Exposure and Entrepreneurship Education.</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>Entrepreneurship Research Journal</i>, 8(1). 2018.</p> <p>AUTORES (p.o. de firma): VICTOR IGLESIAS, FRANCISCO JAVIER DE LA BALLINA y LAURA CASO  TÍTULO: <b>Investment decisions on quality certifications by hotel chains: differences between ex-ante and ex-post decisions</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>Spanish Journal of Marketing-ESIC</i>, 22(1), pp. 83-102. 2018.</p> <p>AUTORES (p.o. de firma): MONSERRAT ENTRIALGO, VÍCTOR IGLESIAS y FRANK MÜLLER  TÍTULO: <b>Are European Part-Time MBA Programs Designed to Foster Entrepreneurial Minds? An Exploratory Study.</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>Administrative Sciences</i>, 9(3), 48. 2019</p> <p>AUTORES (p.o. de firma): MONSERRAT ENTRIALGO y VÍCTOR IGLESIAS  TÍTULO: <b>Entrepreneurial Intentions among University Students: The Moderating Role of Creativity.</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>European Management Review</i>, aceptado, pendiente de publicación. 2020.</p> <p>AUTORES (p.o. de firma): y VÍCTOR IGLESIAS, MONSERRAT ENTRIALGO Y FRANK MÜLLER  TÍTULO: <b>Supply-side Antecedents of dropout rates in MBA programs.</b>  REF. REVISTA/LIBRO: <i>Studies in Higher Education</i>, 45(9), 1848-1863. 2020.</p> <p>AUTORES: ADRIÁN CASTRO, VICTOR IGLESIAS ARGÜELLES, RODOLFO VÁZQUEZ  TÍTULO: <b>¿PUEDE UN E-RETAILER TENER ÉXITO EN LOS MARKETPLACE? CLAVES DE ÉXITO PARA ASEGURAR SU SUPERVIVENCIA</b>  CONGRESO: XXXI Congreso Nacional de Marketing AEMARK.  LUGAR DE CELEBRACIÓN: Cáceres.  AÑO: 2.019</p> <p>AUTORES: ADRIÁN CASTRO, VICTOR IGLESIAS ARGÜELLES, RODOLFO VÁZQUEZ</p>	

**TÍTULO: LE MARCHÉ DE DÉTAIL À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE. LES PLACES DE MARCHÉ SONT-ELLES UN CANAL APPROPRIÉ POUR LUTTER CONTRE LA CRISE ?**

CONGRESO: 19th International Marketing Trends Conference.

LUGAR DE CELEBRACIÓN: París.

AÑO: 2.020

**1.B. Proyectos y contratos de investigación (máximo 5 )**

LA ORIENTACIÓN AL APRENDIZAJE DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y SU IMPACTO EN EL CONOCIMIENTO DEL MERCADO Y EN EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL. CÓDIGO: SEJ2004 – 04298/ECON

Entidad Financiadora: Subvencionado por el Ministerio de Educación y Ciencia. Dirección General de Investigación. Plan Nacional de I+D+i (2004-2007)

Duración desde: 2004 hasta: 2007

Investigador responsable: JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ

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. Código: ECO2008-03698/ECON

Entidad Financiadora: Subvencionado por el Ministerio de Educación y Ciencia. Dirección General de Investigación. Plan Nacional de I+D+i (2008-2011)

Duración desde: 2009 hasta: 2011

Investigador responsable: LETICIA SANTOS VIJANDE

LA INNOVACION COMO INSTRUMENTO DE COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS: ANALISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS CAPACIDADES ORGANIZATIVAS EN LA ACTIVIDAD INNOVADORA Y EL ÉXITO. Código: ECO2012-31300

Entidad Financiadora: Subvencionado por el Ministerio de Educación y Ciencia. Dirección General de Investigación. Plan Nacional de I+D+i (2012-2015)

Duración desde: 2013 hasta: 2015

Investigador responsable: LETICIA SANTOS VIJANDE

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. Código: ECO2016-76783-R

Entidad Financiadora: Subvencionado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria 2016 Proyectos I+D+I. PROGRAMA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN ORIENTADA A LOS RETOS DE LA SOCIEDAD

Duración desde: 2016 hasta: 2019

Investigador responsable: VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES

INNOVACION TECNICA Y SOCIAL PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA CIRCULAR: CLAVES DEL CAMBIO HACIA UN COMPORTAMIENTO SOSTENIBLE. Código: PID2019-105726RB-I00

Entidad Financiadora: Subvencionado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Convocatoria 2019 de «Proyectos de I+D+i» de los Programas Estatales de Generación de Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+i y de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad

Duración desde: 2020 hasta: 2023

Importe: euros.

Investigador responsable: LETICIA SANTOS VIJANDE, VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES

**1.C. Transferencia de resultados y proyectos de colaboración con el sector productivo: patentes, productos con registro de propiedad intelectual,...(relativos a los 5 últimos años- máx. 5 ítems)**



1.D. Movilidad: Estancias en centros de investigación u otras instituciones de educación superior (en los 5 últimos años)	
1.E. Otros méritos (máximo 10 líneas)	
4 tramos de investigación reconocidos por la CNEAI	
<b>2. ACTIVIDAD DOCENTE O PROFESIONAL (apartados 2.A, 2.B, 2.C, 2.D, 2.E)</b>	
<p>1. Contratado como <b>Profesor Asociado Tipo 2</b> en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Oviedo, ejerciendo la docencia en la E.U.E. Empresariales "Jovellanos" de Gijón. Dedicación exclusiva. Fecha: Del 7 de Enero de 1993 al 30 de Junio de 1993.</p> <p>2. Contratado como <b>Profesor Asociado Tipo 2</b> en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Oviedo, ejerciendo la docencia en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales. Dedicación exclusiva. Fecha: Del 1 de Noviembre de 1.993 a 31de Marzo de 1.997.</p> <p>3. Contratado como <b>Profesor Asociado Tipo 3</b> en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Oviedo, ejerciendo la docencia en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales y en la E.U.E. Empresariales "Jovellanos" de Gijón. Dedicación exclusiva. Fecha: Del 1 de Abril de 1.997 hasta el 23 de Junio de 1.999.</p> <p>4. <b>Profesor Titular de Universidad</b> en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Oviedo, ejerciendo la docencia en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales y en la E.U. "Jovellanos" de Gijón. Dedicación exclusiva. Fecha: Del 23 de Junio de 1.999 hasta el 26 de junio de 2007.</p> <p>5. <b>Catedrático de Universidad</b> en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Oviedo, ejerciendo la docencia en la Facultad de CC. Económicas y Empresariales y en la E.U. "Jovellanos" de Gijón. Dedicación exclusiva. Toma de posesión: <b>27 de Junio de 2007</b> hasta la actualidad.</p>	
<b>3. FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	
3.A. Becas, premios o títulos predoctorales	
Becario programa FPU. Programa nacional de formación de profesorado universitario. 2013.	
3.B. Tesis doctoral	Año lectura
<b>Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.</b> Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad. Universidad de Oviedo. Título expedido en Madrid, con fecha 24 de julio de 1998. APTO "CUM LAUDE" <b>Título Tesis Doctoral:</b> "LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN: PROVEEDORES Y MAYORISTAS EN EL	1997

SECTOR DE BEBIDAS EN ESPAÑA”	
Premios y Menciones relativos a la tesis doctoral (en un máximo 10 líneas)	
Premio extraordinario de Doctorado. Universidad de Oviedo 1998.	
3.C. Otros méritos de formación académica (en un máximo de 5 líneas)	
<b>4. EXPERIENCIA EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA, CIENTÍFICA O TECNOLÓGICA (4.A, 4.B, 4.C)</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li><b>Secretario del Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad.</b> Desde el 12 de Marzo de 1.999 hasta el 10-11-2004. Universidad de Oviedo</li><li><b>Subdirector del Departamento de Administración de Empresas y Contabilidad.</b> Desde el 4 de Septiembre de 2006 hasta febrero de 2009. Universidad de Oviedo</li><li><b>Miembro electo de la Junta Directiva de AEMARK.</b> Cargo: Vocal de Investigación y Publicaciones. Desde el 22 de Septiembre de 2006 hasta Septiembre de 2008.</li><li><b>Miembro electo de la Junta Directiva de AEMARK.</b> Cargo: Vocal de Publicaciones. Desde Septiembre de 2008 hasta Septiembre de 2010</li><li><b>Coordinador del Programa de Doctorado en Administración de empresas.</b> Desde Septiembre de 2011 hasta septiembre de 2013. Universidad de Oviedo.</li><li><b>Coordinador del Programa de Doctorado en Economía y Empresa.</b> Desde Septiembre de 2013 hasta la actualidad. Universidad de Oviedo.</li></ol>	
<b>5. OTROS MÉRITOS (máximo 10 líneas)</b>	
<b>Editor de la Revista Española de Investigación de Marketing ESIC.</b> Fecha: Desde enero de 2009 hasta diciembre de 2012.	

<sup>1</sup> (Según estructura recogida en el art. 6.4 del RD 1313/2007 y ANEXO del RD 1312/2007)



**Modelo CVA. MÁXIMO 4 PÁGINAS**

**Parte A. DATOS PERSONALES**

<b>Fecha del CVA</b>	29/01/2021
----------------------	------------

Nombre y apellidos	María Pilar Martínez Ruiz		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	B-7200-2012	
	Código Orcid	<a href="http://orcid.org/0000-0002-5890-5174">http://orcid.org/0000-0002-5890-5174</a>	

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad de Castilla-La Mancha		
Dpto./Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Dirección	Plaza de la Universidad, 1		
Teléfono	967599200 ext. 2371	correo electrónico	<a href="mailto:MaríaPilar.Martinez@uclm.es">MaríaPilar.Martinez@uclm.es</a>
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	05/09/2018
Espec. cód. UNESCO	5311		
Palabras clave	Comercialización e Investigación de Mercados		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciada en Administración y Dirección de Empresas	Castilla-La Mancha	1998
Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales	Castilla-La Mancha	2004

**A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica**

- 2 sexenios reconocidos (periodos 2004-2009 y 2010-2015).
- 6 Tesis doctorales dirigidas:
- Título: Gestión de la imagen del destino en el contexto del turismo 2.0: Recomendaciones estratégicas para las Organizaciones de Marketing de los Destinos (OMD). Doctorando: Dña. Bel Llodrá Riera. Directores: María Pilar Martínez Ruiz y Ana Isabel Jiménez Zarco. Universidad: Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete. Calificación: Sobresaliente Cum Laude Por Unanimidad. Fecha: 22/11/2013.
- Título: Assessing the Main Influences on the Food Buying Decision Process of Sojourners. Doctorando: D. Christian Tirelli. Directores: María Pilar Martínez Ruiz y Ricardo Gómez Ladrón de Guevara. Universidad: Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete. Calificación: Sobresaliente Cum Laude Por Unanimidad. Fecha: 23/09/2013. (Mención Doctorado Internacional).
- Título: Assessing the Path from Information Sources to Loyalty (Attitudinal and Behavioral). Evidences Obtained in an Archeological Site in Spain. Doctorando: Dña. Nuria Huete Alcocer. Directores: María Pilar Martínez Ruiz y Víctor Raúl López Ruiz. Universidad: Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete. Calificación: Sobresaliente Cum Laude Por Unanimidad. Fecha: 01/12/2017. (Mención Doctorado Internacional).
- Título: La co-creación de valor a través de los social media: efecto en la imagen de Cuenca como destino turístico. Doctorando: Dña. María Ángeles García Haro. Directores: María Pilar Martínez Ruiz y Ricardo Martínez Cañas. Universidad: Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete. Calificación: Sobresaliente Cum Laude Por Unanimidad. Fecha: 25/10/2018.
- Título: Análisis del comportamiento del consumidor en los procesos de decisión del consumo de comida: evidencias encontradas en establecimientos de comida rápida en México. Doctorando: D. Héctor Hugo Pérez Villarreal. Directores: María Pilar Martínez Ruiz y Alicia Izquierdo Yusta. Universidad: Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete. Calificación: Sobresaliente Cum Laude Por Unanimidad. Fecha: 22/11/2019.
- Título: Análisis del comportamiento post-compra del consumidor en la industria de la alimentación: un enfoque basado en los valores de los alimentos. Doctorando: Dña Carmen María



Gómez Cantó. Directores: María Pilar Martínez Ruiz y Alicia Izquierdo Yusta. Universidad: Universidad de Castilla-La Mancha. Facultad / Escuela: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete. Calificación: Sobresaliente Cum Laude Por Unanimidad. Fecha: 14/05/2020.

- Citas totales: 3.819. Citas totales desde 2016: 2.366. Índice h: 26. Índice i10: 59. Fuente: Google Scholar.

### **Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM** (*máximo 2000 caracteres*)

- Cerca de 22 años de actividad investigadora, docente, académica y de gestión en la Universidad, y 14 desde la obtención del Título de Doctor.
- 95 artículos publicados en revistas científicas, de los cuales 73 han aparecido en revistas indexadas con un índice de calidad relativo, y el resto, en publicaciones no indexadas. De estas publicaciones, 45 poseen índice de impacto JCR (SSCI y SCI), 2 están incluidas en ESCI (Emerging Sources Citation Index – Clarivate) y el resto bien poseen índice de impacto SJR (elaborado para las publicaciones contenidas en SCOPUS), JQL (elaborado por el Journal Quality List), DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales), In-RECs y/o Dialnet.
- Más de 70 trabajos presentados en congresos, conferencias y seminarios.
- Numerosos premios recibidos: e.g., EMERALD/EMRBI AWARD WINNING 2008/2009, el V PREMIO HERMES otorgado por la Federación de Comerciantes de Burgos, el premio de la FUNDACIÓN RAMÓN ARECES al mejor proyecto de investigación en materia de distribución comercial, el Premio a la Mejor Tesis Doctoral en 2005 en los XVII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing y el Accesit al Mejor Trabajo en la rama de Educación y Tecnologías de la Información y Comunicación del CEF (julio de 2017).
- Investigadora principal de 5 proyectos de investigación y 5 ayudas de investigación, y colaboradora de 16 proyectos de investigación financiados por distintos organismos (nacionales, regionales y locales).
- Participación como IP en 1 grupo de investigación de la UCLM.
- 8 estancias de investigación: 4 en universidades españolas (en una de estas estancias fui requerida en calidad de Profesora Invitada), y 4 en dos universidades de gran prestigio mundial: la Universidad de Edimburgo (Escocia, Reino Unido), y la Universidad de Plymouth (Inglaterra, Reino Unido).
- Editora asociada de revistas internacionales con índice de impacto JCR Q2: *Frontiers in Psychology* y *Sustainability*.

### **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES** (*ordenados por tipología*)

#### **C.1. Publicaciones**

- García-Milon, A.; Martínez-Ruiz, M. P.; Olarte-Pascual, C. y Pelegrín-Borondoa, J. (2019). "Does the product test really make a difference? Evidence from the Launch of a New Wine", *Food Quality and Preference*, 71: 422–430. Factor de impacto JCR: 3,652.
- Kamran-Disfani, O.; Mantrala, M.K.; Izquierdo-Yusta, A. y Martínez-Ruiz (2017). "The impact of retail store format on the satisfaction-loyalty link: An empirical investigation", *Journal of Business Research*, 77: 14–22. Factor de impacto JCR: 2,509.
- Jiménez-Zarco, A.I., González-González, I., Martínez-Ruiz, M.P., Izquierdo-Yusta, A. (2015). New service innovation success: Analyzing the influence of performance indicator nature. *Computers in Human Behavior*. Octubre 2015, 10.1016/j.chb.2014.09.046. Factor de impacto JCR: 2,694.
- Llodrà-Riera, I., Martínez-Ruiz, M.P., Jiménez-Zarco, A.I., Izquierdo-Yusta, A. (2015). A multidimensional analysis of the information sources construct and its relevance for destination image formation. *Tourism Management*, 48(June 1), 319-328. Factor de impacto JCR: 2,554.
- Tirelli, C.; Martínez-Ruiz, M. P. y Gómez-Ladrón-De-Guevara, R. (2013). Major influences on buying decision processes by international university students. Differences by continent of origin, *Appetite*, 71 (1), 104-112. Factor de impacto JCR: 2,520.
- Martínez-Ruiz, M. P.; Jiménez-Zarco, A. I. e Izquierdo-Yusta, A. (2012). The effect of the current economic situation on customer satisfaction and retail patronage behaviour, *Total Quality Management and Business Excellence*, 23 (11-12), 1207-1225. Factor de impacto JCR: 0,894.



- Soguero-Ruiz, C.; Gimeno-Blanes, F.-J.; Mora-Jiménez, I.; Martínez-Ruiz, M. P.; Rojo-Álvarez, J. L. (2012). On the differential benchmarking of promotional efficiency with machine learning modeling (I): Principles and statistical comparison, *Expert Systems with Applications*, 39 (17), 12772-12783. Factor de impacto JCR: 1,965
- Jiménez-Zarco, A. I.; Martínez-Ruiz, M. P.; Izquierdo-Yusta, A. (2011). The impact of market orientation dimensions on client cooperation in the development of new service innovations, *European Journal of Marketing* Volumen, 45 (1), 43-67. Factor de impacto JCR: 0,956.
- Campo-Martínez, S.; Garau-Vadell, J.; Martínez-Ruiz, M. P. (2010). Factors Influencing Repeat Visits To A Destination: The Influence Of Group Composition, *Tourism Management*, 31 (6), 862-870. Factor de impacto JCR: 2,620.
- González-Benito, O.; Martínez-Ruiz, M. P. y Mollá-Descals, A. (2010). Proposing a retail pricing decision support model based on demand forecasting: Incorporating the role of product category competitive structure, *Decision Support Systems and Electronic Commerce*, 49 (1), 110-119. Factor de impacto JCR: 2,135.

## C.2. Proyectos

- Título: Planificación e implementación de estrategias de gestión óptimas (ECO2014-59688-R)  
Investigador Principal: María Pilar Martínez Ruiz  
Tipo de participación: Investigadora Principal  
Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Gobierno de España.  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha. Universidad de Burgos. Universidad de La Rioja. Universidad Rey Juan Carlos. Universidad de Zaragoza.  
Duración, desde: 01/01/2015 hasta: 31/12/2017  
Cuantía de la subvención: 25.000 €  
Investigadores participantes: 8
- Título: Ventajas competitivas del proceso de co-creación en el contexto marketing (DIPU-6)  
Investigador Principal: María Pilar Martínez Ruiz  
Tipo de participación: Investigadora Principal  
Entidad financiadora: Diputación de Albacete  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha.  
Duración, desde: 15/10/2014 hasta: 31/01/2015  
Cuantía de la subvención: 6.200 €  
Investigadores participantes: 2
- Título: Análisis del comportamiento de respuesta del consumidor en entornos virtuales de decisión y compra: desarrollo de una herramienta de investigación integrada (PBI08-0107-6480)  
Investigador Principal: Miguel Ángel Gómez Borja  
Tipo de participación: Investigadora  
Entidad financiadora: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha. Universidad de Valencia.  
Duración, desde: 06/02/2008 hasta: 06/08/2009  
Cuantía de la subvención: 50.000 €  
Investigadores participantes: 6
- Título del proyecto: Sustentabilidad e impacto ambiental: los casos de España y México (C/017403/08)  
Entidad financiadora: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y la Agencia Española de Cooperación Interuniversitaria. Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica entre España e Iberoamérica (AECID)  
Entidades participantes: Universidad de Guadalajara (México) y Universidad de Castilla-La Mancha (España)  
Investigador principal: María Pilar Martínez Ruiz  
Tipo de participación: Investigadora principal  
Duración desde: 01/01/2009 hasta: 31/12/2009                      Cuantía de la subvención: 7.000€  
Número de investigadores participantes: 9
- Título del proyecto: Formulación y desarrollo de herramientas y aplicaciones tecnológicas de la información (TICs) y comercio minorista (PCI05-017)  
Entidad financiadora: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha. Universidad de Valencia.



Investigador principal: Miguel Ángel Gómez Borja  
Tipo de participación: Investigador  
Duración, desde: Junio 2005 hasta: Junio 2007  
Cuantía de la subvención: 50.000 €  
Número de investigadores participantes: 6  
-Título del proyecto: Gestión de las promociones y de las marcas de distribuidor para un desarrollo eficiente de la estrategia de marketing del minorista  
Entidad financiadora: Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha. Universidad Autónoma de Madrid. Universidad de Valencia. Universidad de Castellón.  
Investigador principal: Alejandro Mollá Descals  
Tipo de participación: Investigador  
Duración, desde: Octubre 2005 hasta: Octubre 2008  
Cuantía de la subvención: 100.000 €  
Número de investigadores participantes: 10  
-Título del proyecto: Oportunidades y retos de las tecnologías de la información y comunicación para el desarrollo de estrategias de marketing y su incidencia en el comportamiento del consumidor (Referencia SEC2002-04326-C03-03)  
Entidad financiadora: Universidad de Castilla-La Mancha  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha  
Investigador principal: Miguel Ángel Gómez Borja  
Tipo de participación: Investigador  
Duración, desde: Noviembre 2002 hasta: Noviembre 2005  
Cuantía de la subvención: 12.000 €  
Número de investigadores participantes: 6  
-Título del proyecto: Desarrollo de la tecnología de la información (TIC) para la gestión de las empresas de distribución comercial  
Entidad financiadora: Programa Feder. Dirección General de Enseñanza Superior e Investigación Científica del MEC. Ministerio de Educación y Cultura.  
Entidades participantes: MEC. UCLM. Grupo de distribución mayorista y minorista ENACO  
Duración, desde: Enero 2000 hasta: Diciembre 2001  
Cuantía de la subvención: 10.606.000 pesetas  
Número de investigadores participantes: 11

### **C.3. Contratos**

Título del contrato: Desarrollo de una herramienta de gestión para medir el impacto de los precios y las promociones de venta en establecimientos de distribución: una aplicación en el comercio minorista de alimentación en España (CONV100060)  
Entidad financiadora: Fundación Ramón Areces.  
Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha (España). Universitat Oberta de Catalunya. Universidad Rey Juan Carlos.  
Duración, desde: Octubre 2009 hasta: Octubre 2011  
Cuantía de la subvención: 36.000 €  
Número de investigadores participantes: 5

### **C.4. Otros**

-He sido TRACK CHAIR de la sesión SA13: E-COMMERCE I en el 18th International Conference On Retailing And Consumer Services, celebrado en SAN DIEGO, del 15 de JULIO al 18 de JULIO de 2011.  
-Organizadora de la 2012 AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA) SUMMER MARKETING EDUCATORS CONFERENCE, que tuvo lugar los días 17-19 de agosto en CHICAGO, ILLINOIS (ESTADOS UNIDOS), "Marketing in the Socially-Networked World: Challenges of Emerging, Stagnant & Resurgent Markets en colaboración con profesores norteamericanos de gran prestigio como Murali Mantrala (University of Missouri, Estados Unidos) o Todd Arnold (Oklahoma State University, Estados Unidos).



**Parte A. DATOS PERSONALES**

**Fecha del CVA** 23-11-2020

Nombre y apellidos	M <sup>a</sup> de las Mercedes Martos Partal		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID**)	0000-0002-0390-3358	
	WoS Researcher ID (*)	L-7112-2014	

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad de Salamanca		
Dpto./Centro	Administración y Economía de la Empresa/Instituto Mustidisciplinar de Empresa		
Dirección	Campus Miguel de Unamuno, 37007 Salamanca		
Teléfono	923294500	Correo electrónico	mmartos@usal.es
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	02/10/2020
Palabras clave	Comercialización e Investigación de Mercados		
Palabras clave inglés	Marketing		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Diplomada en Ciencias Empresariales	Universidad de Jaén	1996
Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad Complutense de Madrid	1998
Doctorado en Economía de la Empresa y Métodos Cuantitativos	Universidad Carlos III de Madrid	2005

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

- Dos sexenios de investigación reconocido por la Comisión Nacional de Evaluación de la Actividad Investigadora: 2004-2010 y 2011-2016.
- Desde 2010 he codirigido 8 TFM en el Máster Interuniversitario de Investigación en Economía de la empresa, 4 de los cuales han dado lugar a tesis doctorales en el Programa de Doctorado en Investigación en Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca, tesis premiadas y que han dado lugar a publicaciones de impacto:
  - Tesis “Cartera de marcas de distribuidor en el establecimiento minorista: Valor de marca y caracterización de compra” Alumna: Mariana de Souza Fustinori, Fecha de lectura 26-10-2012, Directores: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal. Calificación: Apto “Cum laude”, Premio extraordinario del curso 2012/13.
  - Tesis “Study of the Strategies of Merchandising, Promotion and Private Label in Retail” Alumno: Álvaro Garrido Morgano, Fecha de lectura 5-12-2014. Directores: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal. Calificación: Sobresaliente “Cum laude”, Mención de Doctorado Internacional. Premio extraordinario de doctorado curso 2014/2015. Premio Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) a la Mejor Tesis Doctoral en Comercio 2016.
  - Tesis “A Wider Tyre for the Wheel of Consumer Analysis on 21st Century. A Research on Organic Market” Alumna: Maria Hidalgo Baz, Fecha de lectura 19-5-2017. Directores: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal. Calificación: Sobresaliente “Cum laude”, Mención de Doctorado Internacional, Premio Best Student Paper en el International Food Marketing Research Symposium, Junio, 2017. Premio mejor artículo de Investigación en Congreso Internacional Aemark, 2018.
  - Tesis “Private Label Supplier Disclosure: Implications for Manufacturers, Retailers and Consumers” Alumna: Samanta Pérez Santamaría, Fecha de lectura 20-11-2020. Directores: Mercedes Martos Partal y



Álvaro Garrido Morgado. Calificación: Sobresaliente “Cum laude”, Mención de Doctorado Internacional.

- Diciembre de 2018- Noviembre de 2020 he sido directora de una Becaria predoctoral financiada por la Universidad de Salamanca y el Banco Santander. En la actualidad dicha beca se ha convertido en una beca postdoctoral.
- Destacan 6 Q1 en el JCR (Journal of Retailing (2), Journal of Advertising Research, International Journal of Advertising, Food Quality and Preference, Frontiers in Psychology) y 4 Q2 (Marketing letters (2), Psychology & Marketing y Frontiers in Psychology)
- Citas en revistas Q1 de marketing por autores internacionales: Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Management Science, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Retailing, entre otras
- Nº citas totales (WOS): .....279.../(Google Scholar 816).....
- Promedio citas/año periodo 2014-2019 (WOS): ...6,21 .....
- Índice h (WOS): ...9.../(Google Scholar 15).....

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

Soy catedrática en el área de Comercialización e Investigación de Mercados en el departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. Mi área de especialización principal es la Distribución Comercial. Mi carrera académica se ha forjado en la Universidad Carlos III de Madrid (desde 2005 soy doctora en Economía de la Empresa y Métodos Cuantitativos, programa con Mención de Calidad) y la Universidad de Salamanca. Soy Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y Diplomada por la Universidad de Jaén. He realizado una estancia de investigación la Leeds School of Business de la Universidad de Colorado.

Mi actividad investigadora ha sido reconocida con dos sexenios (2010 y 2016). Desde 2010 he codirigido cuatro tesis doctorales premiadas y con publicaciones indexadas, he participado de forma ininterumpida en 8 proyectos de investigación competitivos (ámbito: nacional 5, regional 3), y 1 contrato de transferencia. En la actualidad soy investigadora principal del proyecto nacional ECO2017-82107-R. He publicado 22 trabajos en revistas académicas: 17 JCR y 5 Scopus, siendo los más destacables las 2 publicaciones en el Journal of Retailing. Además de 8 capítulos de libro, 5 documentos de trabajo y numerosas publicaciones en los libros de ponencias de congresos relevantes del área de marketing. Desde el inicio de mi carrera académica y de forma continuada he presentado mis trabajos en congresos de referencia en mi área (INFORMS Marketing Science, AMA, AMS, EMAC, EIRASS, AEMARK, etc.) con más de 50 ponencias. Los premios obtenidos más destacables son: en 2010 premio ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores Autoservicios y Supermercados)-AEMARK, 2011 premio Foro de marcas renombradas—AEMARK y 2018 Premio AEMARK mejor artículo de investigación. Premios que se vienen a sumar a los obtenidos por las tesis doctorales dirigidas.

Tengo una experiencia docente con grado de doctora de más de 15 años, en grado y postgrado. Tengo reconocidos cuatro quinquenios docentes (1998-2003; 2003-2008; 2008-2013; 2013-2018) y he obtenido la mención de Excelente en el programa Docencia de la Universidad de Salamanca en los dos últimos. Dentro de dicha actividad mencionar mi participación continuada desde 2007 en el Máster de Investigación en Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca, paso previo a la realización de la tesis doctoral.

En gestión destacar mi cargo como Vicedecana de Relaciones internacionales y Alumnos de la Facultad de Economía y Empresa en la Universidad de Salamanca durante más de 3 años. Durante cuatro años (Septiembre de 2016-2020) he sido secretaria de AEMARK (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional).

**Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES** (*ordenados por tipología*)

**C.1. Publicaciones seleccionadas**

Garrido-Morgado, A., González-Benito. O., Martos-Partal, M. y Campo, K. (en prensa). Which Products are More Responsive to in-Store Displays: Utilitarian or Hedonic? Journal of Retailing, Q1 (primer decil): 16/152 (JCR Impact factor (2019): 5.873 subject Business).



- Pérez-Santamaría, S. Martos-Partal, M y Garrido-Morgado, A. (2019). Identifying a Private-Label Supplier on National Brand, *Journal of Product & Brand Management*, 28 (3), 432-443, Q3: 110/152 (JCR Impact factor: 1.852 subject Business)
- Hidalgo-Baz, M. Martos-Partal, M., González-Benito. O. (2017). Assessments of the Quality of Organic Versus Conventional Products, by Category and Cognitive Style, *Food Quality and Preference*, 62, 31-37. Q1 (primer decil): 13/133 (JCR Impact factor: 3.652 subject Food Science & Technology)
- Hidalgo-Baz, M. Martos-Partal, M., González-Benito. O. (2017). Attitudes Versus Purchase Behaviors as Experienced Dissonance: The Roles of Knowledge and Consumer Orientations in Organic Market, *Frontiers in Psychology*, section Organizational Psychology, 24/2/2017, 1-8. Q2: 39/135 (JCR Impact factor: 2.089 subject Psychology, Multidisciplinary)
- Hidalgo-Baz, M. Martos-Partal, M., González-Benito. O., (2017). Is Advertising Helpful for Organic Businesses? Differential Effects of Packaging Claims, *International Journal of Advertising*, 36 (4), 542-561. Q1: 11/84 (JCR Impact factor: 2.494 subject Communication & Business)
- Garrido-Morgado, A. González-Benito. O., Martos-Partal, M. (2016). Customer Quality Perception Influences on the Effectiveness of Commercial Stimuli on Electronics Products, *Frontiers in Psychology*, section Organizational Psychology, 7, 14/03/2016, 1-15. Q1: 33/128 (JCR Impact factor: 2.323 subject Psychology, Multidisciplinary)
- Martos-Partal, M., González-Benito. O., Fustinoni-Venturini, M. (2015). Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: Differences Across Quality Tiers, *Marketing Letters*, 26 (2), 187-200. Q2: 56/120 (JCR Impact factor: 1.508 subject Business)
- González-Benito. O., Martos-Partal, M. y San Martín. S. Brands As Substitutes For The Need For Touch In Online Shopping, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 121-125. Q2: 47/174 (SJR Impact factor: 0.686 subject Marketing)
- González-Benito. O., Martos-Partal, M., Fustinoni-Venturini, M. (2014) Retailers' Price Positioning and the Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: The Case of Spain, *Psychology & Marketing*, 31 (2), 115-125. Q2: 44/115 (JCR Impact factor eigenfactor score: 1.080 subject Business)
- Martos-Partal, M., and González-Benito. O. (2013). Studying Motivations of Store-loyal Buyers across Alternative Measures of Behavioural Loyalty, *European Management Journal*, 31 (4), 348-358. Q3: 118/173 (JCR Impact factor: 0.817 subject Management)
- Lado, N., Martos-Partal, M y Martínez-Ros, E. (2012). The Power of a Package: Product Claims Drive Purchase Decisions. *Journal of Advertising Research*, 52, (3), 364-375. Q1: 10/72 (JCR Impact factor: 1.788 subject Communication)
- González-Benito. O. y Martos-Partal, M. (2012). Role of Retailer Positioning and Product Category on the Relationship Between Store Brand Consumption and Store Loyalty. *Journal of Retailing*, 88 (2), 236-249. Q1: 24/116 (JCR 5 year Impact factor: 3.110 subject Business).
- Martos-Partal, M. y González-Benito. O. (2011). Store Brand and Store Loyalty: The Moderating Role of Store Brand Positioning. *Marketing Letters*, 22 (3), 297-313. Q2=43/113 (JCR Impact factor article influence score: 0.630 Business)

## C.2. Proyectos

- Investigadora en el proyecto: "Acciones de mitigación del riesgo empresarial ante el impacto del COVID-19", Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León, SA106P20. Investigador principal: Javier González Benito. Duración: 2021-2023. Cuantía: 80000 €.
- Investigadora principal en el proyecto: "Tendencias en la Distribución Comercial Minorista: Sus Implicaciones en el Comportamiento de Compra, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, ECO2017-82107-R. Investigadores principales: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal (Universidad de Salamanca). Duración: 2018-2021. Cuantía: 27830 €.
- Investigadora en el proyecto: "Identificación y Análisis de Modelos de Gestión Medioambiental Competitivos: Desarrollo Sostenible mediante la Alineación de Resultados Medioambientales y Económicos, Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León, SA027U16, Investigador principal: Javier González Benito (Universidad de Salamanca). Duración: 2016-2018. Cuantía: 40000 €.



Investigadora en el proyecto: “Análisis de Innovaciones Clave en la Distribución Comercial Minorista: Sus Determinantes y Sus Consecuencias en los Hábitos de Compra”, Ministerio de Economía y Competitividad, ECO2014-53060R. Investigadores principales: Óscar González Benito y Pablo Muñoz Gallego (Universidad de Salamanca). Duración: 2015-2017. Cuantía: 54450 €

Investigadora en el proyecto: “Marca de Distribuidor: Implicaciones Competitivas” Ministerio de Ciencia e Innovación, ECO2011-23381. Investigador principal: Óscar González Benito (Universidad de Salamanca). Duración: 2012-2014. Cuantía: 36000 €

Investigadora en el proyecto: “Estrategias de Marketing y Nuevos Productos: Impacto en el Valor de la Empresa” Ministerio de Ciencia e Innovación, ECO2011-27942. Investigadora principal: Nora Lado Cousté (Universidad Carlos III de Madrid). Duración: 2012-2014. Cuantía: 24750 €

Investigadora en el proyecto: “Medición de la Eficiencia de las Prácticas de Marketing en la Creación de Valor de Marca y de Mercado” Ministerio de Educación y Ciencia, SEJ2007-65897. Investigadora principal: Nora Lado Cousté (Universidad Carlos III de Madrid). Duración: 2007-2011. Cuantía: €

### **C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia**

Consortio TCUE 2016 (Convocatoria para el apoyo a la estrategia de transferencia de conocimiento de grupos de investigación de la Universidad de Salamanca), Digital Research Consortium, Duración: 2016. Fundación General Universidad de Salamanca. Investigador principal: Mercedes Martos Parta. Cuantía: 5000 €

### **C.4 Participación en tareas de evaluación**

- Revisora ad-hoc de múltiples revistas entre las que cabe destacar: Marketing Letters, European Management Journal, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Product & Brand Management, Journal of Retailing and Consumer Service, entre otras
- Miembro del comité evaluador de la Tesis de Kirsten Victory en el Master of Research - Marketing & Related Studies de la Universidad de South Australia, 2017
- Miembro titular del tribunal de 5 tesis doctorales: Eloy Gil Cordero (Universidad de Sevilla, 2017) M<sup>a</sup> Paz Galán Alcalde (Universidad de Extremadura, 2016), Carmen María Marhuenda (Universidad Complutense de Madrid, 2015), Jannine Nieto Arias (Universidad de Salamanca, 2014) y César Augusto Bustos Reyes (Universidad de Salamanca, 2011),
- Participación en comités científicos (Congresos AEMARK desde 2007 hasta la fecha y de EMAC desde 2009, entre otros)
- He formado parte de la comisión evaluadora de: plazas de profesor contratado doctor (Universidad de Valladolid en 2017 y de Salamanca en 2019) y de Titular de Universidad (Universidad Carlos III de Madrid en 2019 y Coruña en 2019).

### **C.5 Otros Premios**

- Premio Foro de Marcas Renombradas – AEMARK a la ponencia. MARTOS-PARTAL, M.; FUSTINONI, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. “Valor de Marca y Carteras de Marca de Distribuidor”, XXIII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING, Castellón, Septiembre, 2011.
- Premio ASEDAS– AEMARK (2010) al artículo MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2009) “¿Qué Busca el Comprador de Marcas de Distribuidor? Caracterización del Comprador por Beneficios Buscados. Universia Business Review, 24, 76-94.
- Premio AEMARK al mejor artículo de investigación 2018 por Hidalgo-Baz, M. Martos-Partal, M., González-Benito, O. (2017). Attitudes Versus Purchase Behaviors as Experienced Dissonance: The Roles of Knowledge and Consumer Orientations in Organic Market, Frontiers in Psychology, section Organizational Psychology, 8, 1-8.

**Parte A. DATOS PERSONALES**

Fecha del CVA 29/01/2021

Nombre y apellidos	PABLO ANTONIO MUÑOZ GALLEGO	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID**)	0000-0003-4531-2051
	SCOPUS Author ID(*)	1992476
	WoS Researcher ID (*)	L-4904-2014

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	UNIVERSIDAD DE SALAMANCA		
Dpto./Centro	Dpto. Administración y Economía de la Empresa		
Dirección	Facultad de Economía y Empresa. Campus Miguel de Unamuno. FES. 37007 Salamanca		
Categoría profesional	Catedrático de Universidad		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en CC. Económicas y Empresariales	Oviedo	1981
Doctor en CC. Económicas y Empresariales	Oviedo	1986

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

Número de sexenios de investigación: 4

Número de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 10

Publicaciones totales en primer cuartil (Q1) últimos seis años: 6

Índices de citas Total Desde 2015

Citas	2345	1477
Índice h	21	17
Índice i10	28	22

**Parte B. RESUMEN DEL CURRÍCULUM**

En 1989 me incorporé a la Universidad de Salamanca en calidad de Decano Comisario para la puesta en marcha de la nueva Facultad de CC. Económicas y Empresariales hasta 1995. En 1991 obtengo la cátedra de universidad en Comercialización e Investigación de Mercados. En 1996 soy nombrado Presidente del Consejo Económico y Social de Castilla y León, puesto que ocupó hasta el año 2000. En el año 2001 soy elegido director del Departamento, puesto que ocupó hasta el 2007. Simultaneé este puesto con el de coordinador/director del Programa de Doctorado que, gracias al compromiso de los profesores de administración de empresas de las cuatro universidades públicas de Castilla y León, pasó a ser PD interuniversitario con Mención de Calidad del MEC. Bajo mi dirección se realizaron las adaptaciones del PD a las nuevas regulaciones RD2005, RD2007 y RD2011, manteniendo la Mención hacia la Excelencia. En el año 2012 dejó la dirección del máster en investigación y del PD. He publicado 49 artículos en revistas extranjeras y españolas principalmente de marketing y he participado en 29 Proyectos de investigación competitivos o contratos de investigación con empresas en los que he sido o IP o investigador. He tenido una gran implicación en promover la carrera académica de nuevos doctores y de egresados del máster en investigación interuniversitario en el que participo.

**Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS**

**C.1. Publicaciones**

Marta Nieto-García, Marta; Muñoz-Gallego, Pablo A. and González-Benito, Oscar (2020): "The more, the merrier? Understanding how travel frequency shapes willingness to pay". Cornell Hospitality Quarterly 61 (4), 401-415. JCR 2019: 2,800, Q1, Sociology 15 out of 150, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism 21 out of 56, Management 98 out of 226.



Nieto-García, Marta; Muñoz-Gallego, Pablo A. and González-Benito, Oscar (2020): ""Be social! The impact of self-presentation on peer-to-peer accommodation revenue". *Journal of Travel Research* 59 (7). JCR 2019: 7,027 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism 3 out of 56, Q1. 5 year impact factor: 7.810

Nieto-García, Marta; Muñoz-Gallego, Pablo A. and González-Benito, Oscar (2017): Tourists' willingness to pay for an accommodation: the effect of ewom and internal reference Price. *International Journal of Hospitality Management* 62, 67-77. JCR(2017): 3.445; 5-Year Impact Factor: 4.664 HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM Q1.

González-Benito, Oscar; Muñoz-Gallego, Pablo A. and García-Zamora, Evelyn (2016): Role of collaboration in innovation success: differences for large and small businesses. *Journal of Business Economics and Management* 17 (4) 645-662  
JCR 2016: 0.968 Ranking: 100/121 (Business Q4); 165/347 (Economics Q2). 5-Year Impact Factor: 1,045

Melo, Antonio; Hernández-Maestro, Rosa and Muñoz-Gallego, Pablo Antonio (2017): "Service Quality Perceptions, Online Visibility, and Business Performance in Rural Lodging Establishments". *Journal of Travel Research* 56 (2), 250-262. JCR(2017): 5,169; 5-Year Impact Factor: 6,622 HOSPITALITY, LEISURE, SPORT & TOURISM Q1.

Cotes-Torres, Alejandro; Muñoz Gallego, Pablo Antonio and Cotes-Torres, J.M. (2016): "Technological complexity: a tool for understanding the behaviour of consumers of high value-added foodstuffs". *Journal of Business Economics and Management* 17 (3), 444–457. JCR 2016: 0.968; JCR 5 años: 1,045; ECONOMICS 165/347 Q2, BUSINESS 100/121 Q4.

González-Benito, Oscar and Muñoz Gallego, Pablo Antonio; García-Zamora, Evelyn (2015): Entrepreneurship and market orientation as determinants of innovation: the role of business size. *International Journal of Innovation Management* 19 (4), 1-28. JCR: no. SJR (2015): 0,412 Business and International Management 103/332 Q2, Management of Technology and Innovation 75/283 Q2, Strategy and Management 141/347 Q2.

Cotes Torres, A.; Muñoz-Gallego, P.A.; González Benito, O. (2015): Modeling store brand choice: Minimal effects of households' demographic features. *Food Quality and Preference* 46, 113-118. JCR (2015): 3,688 Food science & technology 11/125 Q1, JCR últimos 5 años: 3.864.

Nieto, Jannine; Hernandez-Maestro, Rosa María y Muñoz-Gallego, Pablo Antonio (2014): Marketing decisions, customer reviews, and business performance: The use of the Toprural website by Spanish rural lodging establishments. *Tourism Management* 45, 115-123. JCR (2014): 2.554. 5años: 3.762 Environmental studies 15/100 Q1, Hospitality, leisure, sport & tourism 3/43 Q1, Management 28/185 Q1.

Lahuerta-Otero, Eva y Muñoz-Gallego, P.A. and Pratt, Renée M.E.(2014): Click-and-Mortar SMEs: attracting customers to your website?. *Business Horizons* 57 (6), 729—736. JCR (2014): 1.163 Business: 70/115, Q3, JCR 5 años: 2.450.

## **C.2. Proyectos I+D+i**

Unidad de Excelencia '*Gestión Económica para la Sostenibilidad*' (GECOS) del Instituto Multidisciplinar de la Empresa de la Universidad de Salamanca (CLU-2019-03). Entidad Financiadora: Orden EDU/1538/2020, de 22 de diciembre de la Junta de Castilla y León, por la que se resuelve la convocatoria de ayudas destinadas a financiar los planes estratégicos y programas estratégicos de investigación ejecutados por la estructuras de investigación de excelencia en el marco de la Estrategia Regional de Investigación e Innovación para una especialización Inteligente (RIS3) de Castilla y León 2014-2020, cofinanciadas por el fondo Europeo de Desarrollo Regional. Presupuesto: 400.000 €. Duración: 2021-2024. Investigador principal: Dr. Julio Pindado García. Catedrático de Universidad en Economía



Financiera y Contabilidad, Universidad de Salamanca. Formo parte del mismo como miembro garante de la Unidad de Excelencia.

(SA106P20) Acciones de mitigación del riesgo empresarial ante el impacto del COVID-19. Entidad Financiadora: Orden de 5 de mayo de 2020, de la Consejería de Educación, se convocaron subvenciones del programa de apoyo a proyectos de investigación cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. ORDEN EDU/1192/2020, de 4 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. Presupuesto: 80.000€. Duración: enero 2021 a diciembre 2023. Investigador principal: Javier González Benito. Universidad de Salamanca.

Tendencias en la distribución comercial minorista: sus implicaciones en el comportamiento de compra (ECO2017-82107-R). Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Resolución de la Secretaría de Estado de universidades, investigación, desarrollo e innovación y presidencia de la agencia estatal de investigación, por la que se conceden ayudas a proyectos de I+D+i correspondientes al programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad en el marco del plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016. Convocatoria 2017. Presupuesto: 27.830€. Duración: enero 2018 a diciembre 2020. Investigador principal: Oscar González Benito y Mercedes Martos Partal. UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

(ECO2014-53060-R): *Análisis de innovaciones clave en la distribución comercial minorista: sus determinantes y sus consecuencias en los hábitos de compra.* Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016. Ministerio de Economía y Competitividad. Secretaria de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación. Oscar González-Benito y Pablo Antonio Muñoz-Gallego (codirectores). 1 enero 2015 a 31 diciembre 2017. 45.000€

SA027U16 Identificación y análisis de modelos de gestión medioambiental competitivos: desarrollo sostenible mediante la alineación de resultados medioambientales y económicos. Programa de Apoyo a proyectos de investigación cofinanciados por el FEDER, Orden de 25 de febrero de 2016 de la Dirección General de Universidades e Investigación de la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León. Concesión: ORDEN EDU/756/2016, de 26 de agosto, por la que se resuelve la convocatoria en régimen de concurrencia competitiva de subvenciones del programa de apoyo a proyectos de investigación cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (BOCYL nº168 de 31 de agosto de 2016). Javier González Benito. Catedrático de Universidad en Organización de Empresas. Participo dentro del equipo investigador. 2016 a 2018 (3 años). 40.000€

### **C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia**

- Diseño y puesta en marcha de modelos para el seguimiento predictivo de los clientes. Predictive retention S.L. Pablo Antonio Muñoz Gallego. Diciembre 2020-2021. Porcentual.
- Radiografía del viajero vacacional en España 2019. HomeAway Spain, S.L. Pablo Antonio Muñoz Gallego. C.U. Universidad de Salamanca. abril 2018 – noviembre 2019
- Radiografía del viajero vacacional en España 2017. HomeAway Spain, S.L. Pablo Antonio Muñoz Gallego. C.U. Universidad de Salamanca. abril 2017 – noviembre 2018.
- Radiografía del viajero vacacional en España 2017. HomeAway Spain, S.L. Pablo Antonio Muñoz Gallego. C.U. Universidad de Salamanca. abril 2017 – noviembre 2017.
- Radiografía del viajero vacacional en España 2016. HomeAway Spain, S.L. Pablo Antonio Muñoz Gallego. C.U. Universidad de Salamanca. Abril 2016 – noviembre 2016.
- Radiografía del viajero vacacional en España 2015. HomeAway Spain, S.L. Pablo Antonio Muñoz Gallego. C.U. Universidad de Salamanca. junio 2015 – octubre 2015.
- Proyecto de investigación, desarrollo e innovación "SORT – Sistema Omnichannel para el Retail Turístico". Referencia del proyecto: 27/2015. Viajes Autor S.L. Alfonso Vargas Sánchez. C.U. Universidad de Huelva. 20 meses (20-05-2015 hasta 31-12-2016).



- Promociones centradas en descuentos del IVA en cadenas comerciales en España. Worten España distribución, S.L., Sociedad Unipersonal. Pablo A. Muñoz Gallego. diciembre 2014 – enero 2015.
- Valor de mercado de la marca El Ganso. Acturus Capital S.L. Pablo A. Muñoz Gallego. Marzo-mayo 2015.
- Apoyo en el desarrollo de un estudio comercial para el proyecto europeo Neural Designer (Project reference: 672676). ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNIQUES, S.L. (ARTELNICS). Pablo Antonio Muñoz Gallego. Mayo-octubre 2015.

### **C.5. Gestión Académica**

Coordinador del Programa de Doctorado “Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas” impartido por el Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. En marzo del 2002 se aprobó por las Universidades de Burgos, Salamanca y Valladolid el carácter interuniversitario de este Programa de Doctorado. Periodo 2001-2003. En el año 2003 el programa de doctorado es distinguido con la Mención de Calidad por parte del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. A partir del 2003 me responsabilizo de la coordinación de la Mención de Calidad en nombre de las tres Universidades signatarias del programa. En la convocatoria de 2004 vuelve a ser distinguido con la Mención de Calidad el programa de doctorado hasta 2011. Más tarde, el programa de doctorado ha obtenido la Mención hacia la Excelencia hasta el curso 2013-2014. El 30 de septiembre de 2013 ceso como coordinador del Programa de Doctorado. En el año 2012 dejo la dirección del Programa de Doctorado, integrándose en la Comisión Académica del título.

### **C.6. Gestión de la investigación.**

Presidente del Comité Organizador y del Comité Científico del XIV Seminario Luso-Español de Economía Empresarial, que tuvo lugar en Salamanca los días 8 y 9 de noviembre de 2012 y del XVIII que también tuvo lugar en Salamanca los días 9 y 10 de noviembre de 2016 y que reunió a investigadores de las ocho universidades de Portugal y España de regiones fronterizas (La Raya). Este Seminario está promovido por el Círculo Ibérico de Economía Empresarial - CIBECEM – y el Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la USAL.

Presidente del Comité Organizador del III Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing, celebrados en Salamanca en 1991.

Organizador de la Jornada Nacional sobre Perspectivas de la Distribución comercial en Europa, celebrada en Gijón, en 1986.

Miembro del Comité Organizador de XIII Congreso de ACEDE “Dirección de empresas y creación de valor en un nuevo entorno económico, institucional y cultural” que tuvo lugar en Salamanca del 21 al 23 de septiembre de 2003.

Soy el responsable de la cátedra Creación de Empresas e Innovación del Instituto Multidisciplinar de la Empresa, adscrito a la USAL. Dirijo el programa Akademia, promovido por la Fundación Innovación Bankinter y la USAL.

### **C.7 Comités evaluadores y editoriales**

Revisor de las revistas: Revista Española de Investigación en Marketing, International Review on Public and Nonprofit Marketing, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa-Business Research Quarterly, Universia Business Review, Revista Europea de Investigación en Economía de la Empresa, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Sustainability., European Journal of Marketing. Formo parte de un comité de expertos para la evaluación de titulaciones universitarias en Portugal (A3ES).

## CURRICULIM VITAE M<sup>a</sup> JOSÉ SANZO PÉREZ

### I. DATOS PERSONALES Y LABORALES

**Apellidos y Nombre:** Sanzo Pérez, M<sup>a</sup> José

**Cuerpo:** Catedráticos de Universidad

**Área de Conocimiento:** Comercialización e Investigación de Mercados

**Universidad:** Oviedo

### II. FORMACION ACADÉMICA

#### 1.-Títulos Académicos.

*Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales*, Universidad de Oviedo (20/07/1993)

*Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales*, Universidad de Oviedo (21/11/1997)

#### 2.- Tesis doctoral

Título de la tesis: Estrategia de Diseño y Gestión de Canales de Distribución en Mercados Industriales: El Sector Químico Español

Programa de doctorado: Dirección de Empresas

Entidad de titulación: Universidad de Oviedo

Fecha de titulación: 21/11/1997

Directores de tesis: Rodolfo Vázquez Casielles y Juan A. Trespalacios Gutiérrez

#### 3.-Otros méritos.

Premio Fin de Carrera "Flores de Lemus"

Entidad concesionaria: Universidad de Oviedo

Fecha de concesión: 28/01/1994

### III. ACTIVIDAD DOCENTE O PROFESIONAL

#### 1.- Publicaciones docentes, proyectos de innovación docente, etc.

##### Publicaciones docentes:

##### Libros:

Álvarez González, L.I.; Cachero Martínez, S.; Pascual Fernández, P.; Sanzo Pérez, M.J. y Viejo Fernández, N. (coord..) 2020. *Experiencias Docentes Innovadoras de Marketing Público y No Lucrativo en la Era de la Economía Colaborativa*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

Álvarez González, L.I.; Cachero Martínez, S.; Novo Vázquez, A.; Pascual Fernández, P.; Sanzo Pérez, M.J. y Viejo Fernández, N. (coord..) 2020. *Consumo Responsable y Gobernanza Alimentaria. Casos Prácticos Docentes*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

Rodolfo Vázquez Casielles; M<sup>a</sup> Leticia Santos Vijande; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez. 1998. *Estrategia de Marketing para Mercados Industriales: Producto y Distribución*, Civitas.

**Capítulos de libro:**

Díaz-Perdomo, Y.; Álvarez-González, L.I.; Sanzo-Pérez, M.J. 2019. A Case of Co-Created Social Marketing Campaign: The Spanish Ana Bella Social School for Women's Empowerment. *Social Marketing in Action*. Springer. pp.447-462.

Rodolfo Vázquez Casielles; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez. 2005. Análisis de los Mercados Empresariales, *Casos de Dirección de Marketing*. Pearson Prentice Hall. pp. 59 - 72.

Ana Belén del Río Lanza; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Rodolfo Vázquez Casielles. 2001. El Mercado de Artículos Deportivos: La Marca J'Hayber, *Experiencias y Casos de Comportamiento del Consumidor*. Esic. pp. 179 - 197.

Rodolfo Vázquez Casielles; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez. Productos Odán, S.A. (Distribución de Productos Industriales). 1995. *Casos Prácticos de Marketing*. McGRAW-HILL. pp. 285 - 311.

**Ponencias en congresos:**

Título: "La Alimentación Sostenible en el Club del Gourmet de El Corte Inglés ¿Compromiso o Estrategia Comercial?"

Nombre del evento: XI International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing

Autores: García Rodríguez, N.; Álvarez González, L.I. y Sanzo Pérez, M.J.

Ciudad de celebración: Oviedo, Asturias, España

Fecha de presentación: 13/12/2019

Entidad organizadora: International Association on Public and Nonprofit Marketing

Título: "Calidad de Servicio y Stakeholders: Universidad de Córdoba (Colombia)"

Nombre del evento: IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing

Ciudad de celebración: A Coruña, Galicia, España

Fecha de presentación: 17/11/2017

Entidad organizadora: International Association on Public and Nonprofit Marketing

Título: "La Escuela Social Ana Bella Para el Empoderamiento de la Mujer"

Nombre del evento: IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing

Ciudad de celebración: A Coruña, Galicia, España

Fecha de presentación: 17/11/2017

Entidad organizadora: International Association on Public and Nonprofit Marketing

Título: "Online Financial Education as Social Innovation in Spain: [rededucaciónfinanciera.es](http://rededucaciónfinanciera.es) and [economiasolidaria.org](http://economiasolidaria.org) as Case Studies"

Nombre del evento: IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing

Ciudad de celebración: A Coruña, Galicia, España

Fecha de presentación: 17/11/2017

Entidad organizadora: International Association on Public and Nonprofit Marketing



**Organización de congresos docentes:**

Presidenta del Comité Organizador

Nombre del evento: IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing

Ciudad de celebración: Oviedo, Asturias, España

Fecha: 13/12/2019

Entidad organizadora: International Association on Public and Nonprofit Marketing

**2.-Dedicación docente: categorías, responsabilidad, ciclos, tipos de docencia universitaria, dirección de tesis doctorales, etc.**

**Categorías:**

**Prof. Asociado Tipo 2**

Duración: 01/11/1993 – 30/09/1998

Dpto. de Administración de Empresas y Contabilidad

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Universidad de Oviedo

**Prof. Asociado Tipo 3**

Duración: 01/10/1998 – 23/06/1999

Dpto. de Administración de Empresas y Contabilidad

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Universidad de Oviedo

**Prof. Titular de Universidad**

Duración: 24/06/1999 – 10/06/2009

Dpto. de Administración de Empresas y Contabilidad

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Universidad de Oviedo

**Catedrático de Universidad**

Duración: Desde 11/06/2009 hasta actualidad

Dpto. de Administración de Empresas y Contabilidad

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Universidad de Oviedo

**5 quinquenios de docencia**

**Tesis doctorales dirigidas:**

**Stakeholder Relationship Marketing in Nonprofit Organizations: Towards Omnichannel Strategies**

Doctorando/a: Vanessa Mato Santiso

Universidad de A Coruña

Directores: Marta Rey García y M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez

Calificación: Sobresaliente cum laude

Año de defensa: 2020

Tesis doctoral con mención internacional

**Co-Creación de Valor en las Relaciones Empresa-Organizaciones No Lucrativas en el Contexto de la Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Factores Determinantes desde la Perspectiva No Lucrativa**

Doctorando/a: Yolanda Díaz Perdomo

Universidad de Oviedo

Directores: Luis Ignacio Álvarez González y M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez

Calificación: Sobresaliente cum laude

Año de defensa: 2019

**Factores Condicionantes y Consecuencias del Comportamiento de Compra Omnicanal en el Sector Detallista**

Doctorando/a: Nuria Viejo Fernández

Universidad de Oviedo

Directores: M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez y Rodolfo Vázquez Casielles

Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude

Año de defensa: 2016

**Impacto de la Información sobre la Demanda de Cine: El Caso de la Crítica Cinematográfica**

Doctorando/a: José Ignacio Azuela Flores

Universidad de Oviedo

Directores: Víctor Fernández Blanco y M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez

Calificación obtenida: Sobresaliente cum laude

Año de defensa: 2008

**Influencia de la Relación entre los Departamentos de Marketing e I+D en el Rendimiento de un Producto Nuevo. Un Enfoque de Marketing de Relaciones**

Doctorando/a: Nuria García Rodríguez

Universidad de Oviedo

Calificación obtenida: Sobresaliente Cum Laude

Año de defensa: 2004

**3.-Formación docente**

**Cursos y seminarios recibidos de perfeccionamiento, innovación y mejora docente:**

Título del curso/seminario: **La Tutoría en el EEES: Ejemplos Prácticos de Tutorías Grupales**

Entidad organizadora: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Oviedo

Duración en horas: 8 horas

Fecha de inicio-fin: 12/06/2013 - 12/06/2013

Título del curso/seminario: **Inglés Académico: Promunciación**

Entidad organizadora: Universidad de Oviedo

Duración en horas: 10 horas

Fecha de inicio-fin: 06/2011 - 06/2011

Título del curso/seminario: **Inglés Académico para los Departamentos de Contabilidad y Administración de Empresas de la Universidad de Oviedo**

Entidad organizadora: Vicerrectorado de Internacionalización y Cooperación al Desarrollo de la Universidad de Oviedo

Duración en horas: 22 horas

Fecha de inicio-fin: 04/03/2010 - 03/06/2010

Título del curso/seminario: **WebQuest y WebLog: Trabajo Colaborativo 'On Line' y Desarrollo de Competencias en el EEES**

Entidad organizadora: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Oviedo

Duración en horas: 12 horas

Fecha de inicio-fin: 03/07/2006 - 05/07/2006

Título del curso/seminario: **Creación de Aplicaciones Multimedia Educativas mediante Herramientas de Autor. Curso de Iniciación**

Entidad organizadora: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Oviedo

Duración en horas: 10 horas

Fecha de inicio-fin: 16/02/2005 - 18/02/2005

Título del curso/seminario: **Uso y Tratamiento de Imágenes y Animaciones Digitales Destinadas a la Creación de Contenidos Multimedia**

Entidad organizadora: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Oviedo

Duración en horas: 12 horas

Fecha de inicio-fin: 14/06/2004 - 17/06/2004

#### 4.-Otros méritos.

##### Dirección de títulos de postgrado:

**Co-directora del Máster en Retail** de la Universidad de Oviedo (4 ediciones)

Título Propio de la Universidad de Oviedo

**Co-directora del Curso de Experto en Dirección de Empresas de Distribución Comercial** (8 ediciones)

Título Propio de la Universidad de Oviedo

## IV. ACTIVIDAD INVESTIGADORA

### 1.-Número de períodos de actividad investigadora

**Cuatro sexenios de investigación** concedidos por la CNEAI (fecha del último: 2018).

**Un sexenio de transferencia** concedido por la CNEAI (último año 2017).

### 2.-Publicaciones científicas, creaciones artísticas profesionales, congresos, conferencias, seminarios.

#### Artículos en revistas científicas (últimos 5 años):

Viejo Fernández, N.; Sanzo Pérez, M.J.; Vázquez Casielles, R. 2020. Is Showrooming Really So Terrible? Start Understanding Showroomers. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 54-May. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102048>.

Díaz Perdomo, Y.; Álvarez González, L.I.; Sanzo Pérez, M.J. 2020. Non-Profit Organization-Business Value Co-Creation: Conceptualization and Scale Development. *Harvard Deusto Business Research*. IX-1, pp. 3 - 19.

Viejo Fernández, N.; Sanzo Pérez, M.J.; Vázquez Casielles, R. 2019. Different Kinds of Research Shoppers, Different Cognitive-Affective Consequences. *Spanish Journal of Marketing ESIC*. 23- 1, pp. 45 - 68. 2019.  
Rey-García, M.; Sanzo-Pérez, M.J.; Álvarez-González, L.I. 2018. To Found or to Fund? Comparing the Performance of Corporate and Non-Corporate Foundations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 47-3, pp. 514-536.

Viejo-Fernández, N.; Sanzo-Pérez, M.J.; Vázquez-Casielles, R 2018. Webroomers versus Showroomers: Are They the Same? *Journal of Business Research*. 92-November, pp. 300-320.

Álvarez-González, L.I.; et al. 2017. Business-Nonprofit Partnerships as a Driver of Internal Marketing in Nonprofit Organizations. Consequences for Nonprofit Performance and Moderators. *Business Research Quarterly*. 20-2, pp.112-123.

Sanzo-Pérez, M.J.; Rey-García, M.; Álvarez-González, L.I. 2017. Lights and Shadows of Business-Nonprofit Partnerships: The Role of Nonprofit Learning and Empowerment in this Ethical Puzzle. *Sustainability*. 9.

Sanzo-Pérez, M.J.; Rey-García, M.; Álvarez-González, L.I. 2017. The Drivers of Voluntary Transparency in Nonprofits: Professionalization and Partnerships with firms as Determinants. *VOLUNTAS*. 28-4, pp. 1595-1621.

Sanzo-Pérez, M.J.; Rey-García, M.; Álvarez-González, L.I. 2017. The Impact of Professionalization and Partnerships on Nonprofit Productivity. *Service Industries Journal*. 37-11/12, pp. 783-799.

Sanzo-Pérez, M.J.; et al. 2015. Business-Nonprofit Partnerships: A New Form of Collaboration in a Corporate Responsibility and Social Innovation Context. *Service Business. An International Journal*. 9-4, pp. 611-636.

Sanzo Pérez, M.J.; Álvarez González, L.I.; Rey García, M.; García Rodríguez, N. (2015). Business–Nonprofit Partnerships: Do Their Effects Extend Beyond the Charitable Donor-Recipient Model?. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 44 - 2, pp. 379 - 400.

Sanzo Pérez, M.J.; Álvarez González, L.I.; Rey García, M. 2015. How to Encourage Social Innovations: A Resource-Based Approach. *Service Industries Journal*. 35- 7/8, pp. 430 - 447.

#### **Libros y capítulos de libro (últimos 5 años):**

Cancellieri, G.; Turrini, A.; Sanzo Pérez, M.J.; Nelia Salido Andrés, N.; Kullberg, J.; Cognat, A.S. 2019. Social Innovation in Arts & Culture: Place-Regeneration Initiatives Driven by Arts & Culture to Achieve Social Cohesion. *Social Innovation. Comparative Perspectives*. pp. 79 - 103. New YorkRoutledge, Taylor & Francis Group, 2019. Disponible en Internet en: <<https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781351655354>>.

Álvarez García, B Álvarez González, L.I.; Rey García, M.; Salido Andrés, N.; Sanzo Pérez, M.J. 2019. The Role of Civic Society Organizations in Social Innovation as an Example of the New Social Marketing. *Case Studies on Social Marketing*. Springer Nature. pp. 171-181. ISBN 978-3-030-04842-6.

#### **Ponencias en congresos científicos (últimos 5 años):**

M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Luis I. Álvarez González.

Título del trabajo: Efecto de los Acuerdos de Cooperación Empresa-Organización No Lucrativa en la Innovación Social. Evidencias desde la Óptica de las Empresas Sociales

Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)

Ciudad de celebración: Cáceres, Extremadura, España

Fecha de celebración: 11/09/2019

Fecha de finalización: 13/09/2019

Entidad organizadora: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Vanessa Mato Santirso; Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez

Título del trabajo: How Can the Use of an Omnichannel Communication Strategy Influence the Loyalty of Episodic Volunteers?

Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)

Ciudad de celebración: Cáceres, Extremadura, España

Fecha de celebración: 11/09/2019

Fecha de finalización: 13/09/2019

Entidad organizadora: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Ángel Herrero Crespo; Nuria Viejo Fernández; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Jesús Collado Agudo

Título del trabajo: Webroomers versus. Showroomers: Dos Caras de la Misma Moneda?

Nombre del congreso: XXXI Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)

Ciudad de celebración: Cáceres, Extremadura, España

Fecha de celebración: 11/09/2019

Fecha de finalización: 13/09/2019

Entidad organizadora: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Vanessa Mato Santirso; Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez.

Título del trabajo: Can Omnichannel Management Be Used by Nonprofits to Increase the Loyalty of Episodic Volunteers?

Nombre del congreso: ERNOP 9th International Conference

Ciudad de celebración: Basel, Suiza

Fecha de celebración: 04/07/2019

Fecha de finalización: 05/07/2019

Entidad organizadora: European Research Network on Philanthropy (ERNOP)

Vanessa Mato Santirso; Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez.

Título del trabajo: Omnichannel Strategies Used by Nonprofit Organizations to Contact with Key Stakeholders: A Systematic Review"

Nombre del congreso: ERNOP 9th International Conference

Ciudad de celebración: Basel, Suiza

Fecha de celebración: 04/07/2019

Fecha de finalización: 05/07/2019

Entidad organizadora: European Research Network on Philanthropy (ERNOP)

Vanessa Mato Santirso; Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez.

Título del trabajo: Social Interactions between Non-profit Organizations and Key Stakeholders: Using an Omni-channel Communication Strategy Influence on the Loyalty of Episodic Volunteers?

Nombre del congreso: 14<sup>a</sup> Iberian Conference on Information Systems and Technologies (ISTI)

Ciudad de celebración: Coimbra, Portugal

Fecha de celebración: 19/06/2019

Fecha de finalización: 22/06/2019

Entidad organizadora: AISTI, IEEE SMC, University of Coimbra, y Coimbra Business School

Vanessa Mato Santirso; Marta Rey García; María José Sanzo Pérez.

Título del trabajo: Systematic Review of Omni-channel Strategies in Non-profit Organizations

Nombre del congreso: XXIX Congreso ACEDE

Ciudad de celebración: A Coruña, Galicia, España

Fecha de celebración: 16/06/2019

Fecha de finalización: 18/06/2019

Entidad organizadora: ACEDE

Rodolfo Vázquez Casielles; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Nuria Viejo Fernández.

Título del trabajo: Fallos en la Prestación del servicio a un Consumidor Research Shopper ¿Amenaza u Oportunidad?

Nombre del congreso: XXIX Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica

Ciudad de celebración: Osuna, Andalucía, España

Fecha de celebración: 30/01/2019

Fecha de finalización: 02/02/2019

Entidad organizadora: Escuela Universitaria de Osuna

Nuria Viejo Fernández; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Rodolfo Vázquez Casielles.

Título del trabajo: La Figura del Showroomer. Una Oportunidad para Re(tail)inventarse

Nombre del congreso: XXX Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)

Ciudad de celebración: Barcelona, Cataluña, España

Fecha de celebración: 05/09/2018

Fecha de finalización: 07/09/2018

Entidad organizadora: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Vanessa Mato Santirso; Marta Rey García; M<sup>a</sup> Jose Sanzo Pérez.

Título del trabajo: Systematic Review of Omni-Channel Strategies in Non-Profit Organizations: Antecedents, Organizational Drivers and Consequences on Stakeholders

Nombre del congreso: 13th International Conference of the International Society for Third Sector Research (ISTR)

Ciudad de celebración: Amsterdam, Holanda

Fecha de celebración: 10/07/2018

Fecha de finalización: 13/07/2018

Entidad organizadora: International Society for Third Sector Research (ISTR)

Nuria Viejo Fernández; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Rodolfo Vázquez Casielles.

Título del trabajo: Las Consecuencias del Comportamiento Omnicanal desde un Enfoque Cognitivo-Afectivo

Nombre del congreso: 28th Congreso Nacional de ACEDE

Ciudad de celebración: Valladolid, Castilla y León, España

Fecha de celebración: 24/06/2018

Fecha de finalización: 26/06/2018

Entidad organizadora: Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE)

M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Luis Ignacio Álvarez González; Marta Rey García.

Título del trabajo: Downward Accountability to Beneficiaries and Customers in Hybrid Organizations: Are Cross-Sector Partnerships a Booster?

Nombre del congreso: 6th Biennial International Symposium on Cross-Sector Social Interactions

Ciudad de celebración: Copenhagen, Dinamarca

Fecha de celebración: 10/06/2018

Fecha de finalización: 12/06/2018

Entidad organizadora: Cross-Sector Social Interactions (CSSI) Community

Nuria Viejo Fernández; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Rodolfo Vázquez Casielles.

Título del trabajo: Are the Information Processing Routes an Important Driver for Webrooming or Showrooming Behaviour?

Nombre del congreso: European Marketing Academy (EMAC) 2018 Conference

Ciudad de celebración: Glasgow, Reino Unido

Fecha de celebración: 29/05/2018

Fecha de finalización: 01/06/2018

Entidad organizadora: European Marketing Academy (EMAC)

Nuria Viejo Fernández; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Rodolfo Vázquez Casielles.

Título del trabajo: Webrooming versus Showrooming: Un Enfoque Cognitivo-Afectivo

Nombre del congreso: XXVIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Cientifica

Fecha de celebración: 07/02/2018

Fecha de finalización: 10/02/2018

Entidad organizadora: Unidade Técnico Científica de Gestao e Economía da Escola Superior de Tecnologia e Gestao (ESTG) do Instituto Politécnico da Guarda

Nuria Viejo Fernández; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Rodolfo Vázquez Casielles.

Título del trabajo: ¿Existen Diferencias en el Comportamiento Omnicanal? Análisis de Webrooming y Showrooming

Nombre del congreso: XXIX Congreso de AEMARK

Ciudad de celebración: Sevilla, Andalucía, España

Fecha de celebración: 06/09/2017

Fecha de finalización: 08/09/2017

Entidad organizadora: Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Noelia Salido; Luis Ignacio Álvarez; M<sup>a</sup> José Sanzo; Begoña Álvarez; Marta Rey

Título del trabajo: Cross-Sector Partnerships as Social Innovation: Online Financial Education in Spain

Nombre del congreso: 16th International Congress on Public and Nonprofit Marketing

Ciudad de celebración: Badajoz, Extremadura, España

Fecha de celebración: 04/09/2017

Fecha de finalización: 06/09/2017

Entidad organizadora: International Association on Public and Nonprofit Marketing

Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Luis Ignacio Álvarez González.

Título del trabajo: To Found or Not to Found? Corporate Foundations as Strategic Tools for Corporate Philanthropy

Nombre del congreso: 12th International Society Third-Sector Research (ISTR) International Conference

Ciudad de celebración: Estocolmo, Suecia

Fecha de celebración: 28/06/2016

Fecha de finalización: 01/07/2016

Entidad organizadora: International Society for Third-Sector Research (ISTR)

Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Luis Ignacio Álvarez González.

Título del trabajo: Professionalization and Partnerships with Businesses as Drivers of Nonprofit Transparency

Nombre del congreso: 44th ARNOVA-CON (Conference Operation Network) of ARNOVA

Ciudad de celebración: Chicago, Estados Unidos de América

Fecha de celebración: 19/11/2015

Fecha de finalización: 21/11/2015

Entidad organizadora: Associations for Research on Nonprofit Organization and Voluntary Action (ARNOVA)

Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Luis Ignacio Álvarez González.

Título del trabajo: To Found or Not to Found? Corporate Foundations as Strategic Tools for Corporate Philanthropy

Nombre del congreso: 44th ARNOVA-CON (Conference Operation Network) of ARNOVA

Ciudad de celebración: Chicago, Estados Unidos de América

Fecha de celebración: 19/11/2015

Fecha de finalización: 21/11/2015

Entidad organizadora: Associations for Research on Nonprofit Organization and Voluntary Action (ARNOVA)

Marta Rey García; M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Luis Ignacio Álvarez González.

Título del trabajo: Professionalization and Partnership with Business as Drivers of Foundation Performance

Nombre del congreso: 5th Workshop on Foundations. Centro di Ricerche sulla Cooperazione e sul Nonprofit

Ciudad de celebración: Milán-Turín, Italia

Fecha de celebración: 15/10/2015

Fecha de finalización: 16/10/2015

Entidad organizadora: Centro di Ricerche sulla Cooperazione e sul Nonprofit

### 3.-Proyectos y contratos de investigación (últimos 5 años)

#### **SOCIAL INNOVATION AND CIVIC ENGAGEMENT (ITSSOIN)**

#### **EUROPEAN COMMISSION - SEVENTH FRAMEWORK PROGRAMME – COLLABORATIVE PROJECT (GRANT AGREEMENT NO: 613177)**

Duración: 01/03/2014 - 01/03/2017

Investigador principal: Profesor Dr. Helmut K. Anheier, Heidelberg University (Director Académico) y Profesor Dr. Georg Mildenerger, Tuebingen University (Director de Investigación)

Investigador responsable equipo Universidad de Oviedo: M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez.

#### **MARKETING E INNOVACIÓN SOCIAL. CONSECUENCIAS ACUERDOS DE COOPERACIÓN EMPRESA-ORGANIZACIÓN NO LUCRATIVA SOBRE EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD**

Plan Nacional de I + D + i (2015-2017). Convocatoria Nacional.

Referencia: ECO2013-46391-R

Oviedo 01/01/2015 – 31/12/2017.

Investigador principal: Luis Ignacio Álvarez González y María José Sanzo Pérez

#### **INNOVACIÓN SOCIAL Y CO-CREACIÓN ONL-EMPRESA (ISCONLE)**

Entidad financiadora: Universidad de Oviedo

Referencia: UNOV-17-RLD-UE-12

Duración: 01/07/2017 – 31/10/2019

Investigador principal: M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez

#### **LA CO-CREACION DE VALOR EN LAS EMPRESAS SOCIALES. EFECTOS DE LA ESTRATEGIA OMNISCANAL**

Plan Nacional de I+D+i (2019). Convocatoria Nacional.

Referencia: PID2019-109580RB-I00

01/06/2020 – 31/05/2023.

Investigador principal: Luis Ignacio Álvarez González y María José Sanzo Pérez

### 4.-Patentes y productos con registro de propiedad intelectual, transferencia de conocimiento al sector productivo (últimos 5 años)

#### **1. Nombre del proyecto: Realización del diagnóstico técnico del censo empresarial de la economía social en el Principado de Asturias del que puedan derivar líneas estratégicas y operativas de intervención**

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Jorge Coque Martínez, Luis I. Álvarez González y M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez

Nº de investigadores/as: 3

Entidad/es financiadora/s: Fundación para el Fomento de la Economía Social.

Fecha de inicio: 06/08/2020

Duración: 5 meses



**2. Nombre del proyecto: Económetro: Indicador de Confianza Socioeconómico**

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Santiago Álvarez García

Nº de investigadores/as: 3

Entidad/es financiadora/s: Colegio de Economistas de Asturias

Fecha de inicio: 15/03/2020

Duración: 3 meses

**3. Nombre del proyecto: Económetro: Indicador de Confianza Socioeconómico**

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Santiago Álvarez García

Nº de investigadores/as: 3

Entidad/es financiadora/s: Colegio de Economistas de Asturias

Fecha de inicio: 16/05/2019

Duración: 3 meses

**4. Nombre del proyecto: Estudio de Hábitos de Compra de Mobiliario y Complementos para el Hogar.**

Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): M<sup>a</sup> José Sanzo Pérez; Juan A. Trespalacios Gutiérrez; Rodolfo Vázquez Casielles

Nº de investigadores/as: 9

Entidad/es financiadora/s: Ikea Ibérica, S.A.

Fecha de inicio: 03/04/2017

Duración: 3 meses

**5.-Estancias en Centros de investigación.**

Entidad de realización: **PORTSMOUTH UNIVERSITY**

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Business School

Ciudad entidad realización: Portsmouth, Reino Unido

Fecha de inicio-fin: 02/02/2015 - 15/05/2015

Entidad de realización: **TRINITY COLLEGE DUBLIN**

Tipo de entidad: Universidad

Facultad, instituto, centro: Institute for International Integration Studies

Ciudad entidad realización: Dublin, Irlanda

Fecha de inicio-fin: 25/01/2012 - 24/07/2012

**6.-Otros méritos.**

**Premios:**

2019 Best Book Award concedido al libro "Social Innovation – Comparative Perspectives" (Routledge, Taylor & Francis Group)

Entidad concesionaria: Public & Nonprofit Division de la Academy of Management

Fecha de concesión: 2019

Italian Research in Philanthropy Awards (IRPAs) concedido a la ponencia "Professionalization and Partnerships with Businesses as Drivers of Foundation Performance", presentada a Fifth Workshop on Foundations celebrado en 2015 en Torino-Milano. Autores: Sanzo-Pérez, M.J., Rey-García, M. y Álvarez-González, L.I.

Entidad concesionaria: Centro di Ricerche sulla Cooperazione e sul Nonprofit

Fecha de concesión: 2015

Best Paper in the Track "Transformative Service Research (TSR): Theoretical, Conceptual, and Practical Advancement", organizado por Service Industries Journal. Congreso: 2014 Conference of the International Network of Business and Management Journals (INBAM).

Ponencia: "Social Innovation and the Professionalization of Nonprofit Organizations".

Autores: Sanzo-Pérez, M.J., Álvarez-González, L.I. y Rey-García, M.

Entidad concesionaria: 2014 Conference of the International Network of Business and Management Journals (INBAM)

Fecha de concesión: 2014

2000 Highly Commended Award concedido al artículo Fernández-Barcala, M., Sanzo-Pérez, M.J. and Trespalcios-Gutiérrez, J.A. (1999): "Training in Small Business Retailing: Testing Human Capital Theory", Journal of European Industrial Training, vol. 23, issue 7, pp. 335-352

Entidad concesionaria: LITERATI CLUB MCB UNIVERSITY PRESS

Fecha de concesión: 2000

**Pertenencia a grupos de investigación reconocidos:**

Nombre del grupo: **SMART MARKETING ADVANCES IN RESEARCH AND THEORY (SMART)**

Código normalizado: GR-2015-0018

Universidad de Oviedo

Fecha de inicio: 2015

**CÁTEDRA EXTRAORDINARIA FUNDACIÓN RAMÓN ARECES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

Nombre del investigador/a principal (IP): Juan A. Trespalcios Gutiérrez

Código normalizado: CAT-16-FRAMONARECES

Entidad de afiliación: Universidad de Oviedo

Fecha de inicio: 09/07/2008

**V. OTROS MÉRITOS**

**Sexenios de transferencia: 1** (último año 2017)

**Cargos de gestión:**

*Subdirectora del Departamento de Administración de Empresas (04/02/2009 – 15/12/2010)*

*Vicedecana de Calidad de la Facultad de Economía y Empresa (16/12/2010 – 18/12/2014)*

**Pertenencia a comités asesores:**

Título del comité: **Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias**

Entidad de afiliación: Consejería de Empleo, Industria y Turismo del Gobierno del Principado de Asturias

Ciudad entidad afiliación: Principado de Asturias, España

Fecha de inicio: 05/03/2018



## **RICARDO SELLERS RUBIO**

Generado desde: Universidad de Alicante

Fecha del documento: 20/11/2020

5338006b81b84a1a33d5b3aa52f574d8

Este fichero electrónico (PDF) contiene incrustada la tecnología CVN (CVN-XML). La tecnología CVN de este fichero permite exportar e importar los datos curriculares desde y hacia cualquier base de datos compatible. Listado de Bases de Datos adaptadas disponible en <http://cv.normalizado.org/>

**RICARDO SELLERS RUBIO**Apellidos: **SELLERS RUBIO**Nombre: **RICARDO**

DNI:

Fecha de nacimiento:

Sexo:

Nacionalidad:

País de nacimiento:

C. Autón./Reg. de nacimiento:

Ciudad de nacimiento:

Dirección de contacto:

Código postal:

Ciudad de contacto:

País de contacto:

C. Autón./Reg. de contacto:

**Situación profesional actual****Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad**Departamento, servicio, etc.:** MARKETING**Categoría/puesto o cargo:** CATEDRATICO/A DE UNIVERSIDAD**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España**Teléfono:** (34) 965963400 - 3400 **Fax:** () 965903400 -**Correo electrónico:** ricardo.sell  
ers@ua.es**Fecha de inicio:** 06/11/2018**Modalidad del contrato:** Funcionario/a**Tipo de dedicación:** Tiempo completo**Primaria (Cód. Unesco):** 530402 - Distribución; 531105 - Marketing**Cargos y actividades desempeñados con anterioridad**

	Nombre de la entidad	Categoría/puesto o cargo	Fecha de inicio
1	Universidad de Alicante	PROFESOR/A TITULAR UNIVERSIDAD	02/04/2009
2	Universidad de Alicante	PROFESOR/A TITULAR ESCUELA UNIVERSITARIA	19/12/2002
3	Universidad de Alicante	Profeso Titular Escuela Universitaria Interino	01/10/2002
4	Universidad de Alicante	PROFESOR/A INTERINO/A TITULAR ESC.UNIV.	01/09/2002
5	Universidad de Alicante	AYUDANTE DE ESCUELA UNIVERSITARIA	18/10/1999
6	Universidad de Alicante	PROFESOR/A ASOCIADO/A	01/10/1999
7	Universidad de Alicante	Profesor Ayudante	01/10/1999
8	Universidad de Alicante	PROFESOR/A ASOCIADO/A	02/03/1998



	Nombre de la entidad	Categoría/puesto o cargo	Fecha de inicio
9	Universidad de Alicante	PROFESOR/A ASOCIADO/A	06/11/1997
10	Universidad de Alicante	Profesor Asociado	01/10/1997

- 1** **Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE  
**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría/puesto o cargo:** PROFESOR/A TITULAR UNIVERSIDAD  
**Teléfono:** 3967 **Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es  
**Fecha de inicio:** 02/04/2009 **Duración:** 9 años - 7 meses  
**Tipo de dedicación:** Tiempo completo
- 2** **Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE  
**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría/puesto o cargo:** PROFESOR/A TITULAR ESCUELA UNIVERSITARIA  
**Teléfono:** 3967 **Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es  
**Fecha de inicio:** 19/12/2002 **Duración:** 6 años - 3 meses  
**Tipo de dedicación:** Tiempo completo
- 3** **Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Categoría/puesto o cargo:** Profeso Titular Escuela Universitaria Interino  
**Fecha de inicio:** 01/10/2002 **Duración:** 3 meses
- 4** **Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE  
**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría/puesto o cargo:** PROFESOR/A INTERINO/A TITULAR ESC.UNIV.  
**Teléfono:** 3967 **Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es  
**Fecha de inicio:** 01/09/2002 **Duración:** 4 meses  
**Tipo de dedicación:** Tiempo completo
- 5** **Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE  
**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría/puesto o cargo:** AYUDANTE DE ESCUELA UNIVERSITARIA  
**Teléfono:** 3967 **Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es  
**Fecha de inicio:** 18/10/1999 **Duración:** 2 años - 10 meses  
**Tipo de dedicación:** Tiempo completo
- 6** **Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE  
**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Categoría/puesto o cargo:** PROFESOR/A ASOCIADO/A  
**Teléfono:** 3967 **Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es



**Fecha de inicio:** 01/10/1999

**Duración:** 1 mes

**Tipo de dedicación:** Tiempo completo

**7 Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Categoría/puesto o cargo:** Profesor Ayudante

**Fecha de inicio:** 01/10/1999

**Duración:** 3 años

**8 Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE

**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Categoría/puesto o cargo:** PROFESOR/A ASOCIADO/A

**Teléfono:** 3967

**Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es

**Fecha de inicio:** 02/03/1998

**Duración:** 1 año - 6 meses

**Tipo de dedicación:** Tiempo parcial

**9 Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Departamento, servicio, etc.:** ECONOMIA FINANCIERA, CONTABILIDAD Y MARK, FACULTAD CC ECONOMICAS Y EMPRESARIALE

**Ciudad de trabajo:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Categoría/puesto o cargo:** PROFESOR/A ASOCIADO/A

**Teléfono:** 3967

**Correo electrónico:** ricardo.sellers@ua.es

**Fecha de inicio:** 06/11/1997

**Duración:** 3 meses

**Tipo de dedicación:** Tiempo parcial

**10 Nombre de la entidad:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Categoría/puesto o cargo:** Profesor Asociado

**Fecha de inicio:** 01/10/1997

**Duración:** 2 años



## Formación académica recibida

### Titulación universitaria

#### Diplomaturas, licenciaturas e ingenierías, grados y másteres

**Titulación oficial:** Titulado Superior

**Nombre del título:** Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales

**Entidad que expide el título:** Universidad de Alicante

**Fecha de titulación:** 30/06/1996

#### Doctorados

**1 Programa de doctorado:** DOCTORADO EN DISCIPLINAS EMPRESARIALES

**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad de la titulación:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Fecha de la titulación:** 19/10/2005

**Título de la tesis:** PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA ESPAÑOLA

**Director/a de tesis:** Mas Ruiz, Francisco Jose

**Calificación:** EXCEL. CUM-LAUDE UNANIM.

**2 Programa de doctorado:** Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales

**Universidad que titula:** Universidad de Alicante

**Fecha de la titulación:** 19/10/2005

## Actividad docente

### Dirección de tesis doctorales y/o proyectos fin de carrera

**1 Título del trabajo:** Plan de Marketing

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Universidad que titula:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Doctorando-a/alumno-a:** MONTEAGUDO MOLINA, AMELIA OLALLA

**Calificación:** AP

**Fecha de lectura:** 18/09/2020

**Fecha de mención:** 18/09/2020

**2 Título del trabajo:** Plan de marketing ROOTs, empresa sostenible de nueva creación

**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera

**Universidad que titula:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Doctorando-a/alumno-a:** MARTÍNEZ FERRANDO, ESTHER



**Calificación:** NT

**Fecha de lectura:** 27/07/2020

**Fecha de mención:** 27/07/2020

- 3 Título del trabajo:** Plan Estratégico de Marketing para HomEat  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** MOLL MONTES, VANESA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 29/06/2020 **Fecha de mención:** 29/06/2020
- 4 Título del trabajo:** Análisis crítico del marketing de Inditex  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** GUILABERT SANZ, ELISA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 12/06/2019 **Fecha de mención:** 12/06/2019
- 5 Título del trabajo:** El reflejo de La Buena Juanita.  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** GARCÍA DAMAS, MARÍA  
**Calificación:** SB  
**Fecha de lectura:** 12/06/2019 **Fecha de mención:** 12/06/2019
- 6 Título del trabajo:** PEM: Rafiki Africa  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** BARRENECHE IVORRA, IRENE  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 12/06/2019 **Fecha de mención:** 12/06/2019
- 7 Título del trabajo:** REDES SOCIALES Y SU USO EN LAS EMPRESAS DEL MÁRMOL  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** GARCÍA PÉREZ, MIRIAM  
**Calificación:** SB  
**Fecha de lectura:** 12/06/2019 **Fecha de mención:** 12/06/2019
- 8 Título del trabajo:** PLAN DE MARKETING DE LA NUEVA RED SOCIAL INFOERASMUS  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** SÁNCHEZ GARCÍA, ALBA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 11/06/2019 **Fecha de mención:** 11/06/2019





- 9** **Título del trabajo:** Confusión entre la marca de distribuidor y la marca de fabricante en el sector de la alimentación  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** DE CABANYES DE BENITO, MARTA  
**Calificación:** SB  
**Fecha de lectura:** 18/06/2018 **Fecha de mención:** 18/06/2018
- 10** **Título del trabajo:** Impacto económico de 'Noruega' en la provincia de Alicante  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** SEGRELLES YU, ADRIAN  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 18/06/2018 **Fecha de mención:** 18/06/2018
- 11** **Título del trabajo:** Plan de marketing grupo Moblerone  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** IRALA SAVAL, EMILIO  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 18/06/2018 **Fecha de mención:** 18/06/2018
- 12** **Título del trabajo:** DISEÑO DE PRODUCTOS ALTERNATIVOS PARA EL MERCADO TURÍSTICO COLOMBIANO QUE CONSUME EL PRODUCTO PLAYERO ATACAMES EN EL ECUADOR  
**Tipo de proyecto:** Tesis Doctoral  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** Alarcón Valencia, Diego Miguel  
**Calificación:** SOBRESALIENTE  
**Fecha de lectura:** 27/10/2017 **Fecha de mención:** 27/10/2017
- 13** **Título del trabajo:** LA NOVENA 'P' DEL MARKETING MIX: ESTUDIO Y PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL CÁLCULO DE UN INDICE DE CONTRIBUCIÓN MEDIOAMBIENTAL, SOCIAL Y HUMANA PARA PRODUCTOS ALIMENTARIOS Y DE GRAN CONSUMO  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** CASCANT LÓPEZ, ELENA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 14/06/2017 **Fecha de mención:** 14/06/2017
- 14** **Título del trabajo:** PEM: Tres Platos, cada día un sabor.  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** ROMERO ORTIZ, AZAHARA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 14/06/2017 **Fecha de mención:** 14/06/2017



- 15** **Título del trabajo:** Plan de Marketing: Euronics: Electrodomésticos Orts  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** BALAGUER BERENGUER, DAVID  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 14/06/2017 **Fecha de mención:** 14/06/2017
- 16** **Título del trabajo:** Plan de concienciación de protección animal. Caso práctico Equipo Bastet.  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** RUIZ FERNANDEZ, LORENA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 14/06/2017 **Fecha de mención:** 14/06/2017
- 17** **Título del trabajo:** Plan de Marketing Hotel Syrah Tarifa  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** GIRÓN ORTEGA, CARMEN MARIA  
**Calificación:** SB  
**Fecha de lectura:** 12/06/2017 **Fecha de mención:** 12/06/2017
- 18** **Título del trabajo:** ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MODELO DE NEGOCIO DE LA TELEVISIÓN EN ABIERTO Y DE PAGO  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** SAGEL LLOPIS, GRACIA  
**Calificación:** SB  
**Fecha de lectura:** 21/06/2016 **Fecha de mención:** 21/06/2016
- 19** **Título del trabajo:** Plan de Marketing  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** LAVRINOVIC , NATALIJA  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 15/06/2016 **Fecha de mención:** 15/06/2016
- 20** **Título del trabajo:** Plan de Marketing  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** LEONOV , ALEXANDER  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 15/06/2016 **Fecha de mención:** 15/06/2016



- 21** **Título del trabajo:** Plan de Marketing para Bodega Exclusivamente Ecologica: Explotaciones Hnos. Delgado, S.L.  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** ARENAS TRILLO, ALBA MARIA  
**Calificación:** SB  
**Fecha de lectura:** 16/09/2015 **Fecha de mención:** 16/09/2015
- 22** **Título del trabajo:** Clínica de Especialidades Odontológicas BEAUTY SMILE - Plan de Marketing.  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** VILLARROEL ARAQUE, CHRISTIAN JHONNY  
**Calificación:** NT  
**Fecha de lectura:** 18/06/2015 **Fecha de mención:** 18/06/2015
- 23** **Título del trabajo:** Plan de Marketing de JVD  
**Tipo de proyecto:** Proyecto Final de Carrera  
**Universidad que titula:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Doctorando-a/alumno-a:** MARTÍNEZ CORTÉS, ABEL  
**Calificación:** NT

## Participación en proyectos de innovación docente (planes y equipos de trabajo relacionados con EEES)

- 1** **Título del proyecto:** Relación entre los indicadores de calidad de la docencia y el desempeño del alumnado  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Tipo de participación:** Colaborador  
**Aportación al proyecto:** ¿Examinar la relación entre las encuestas de evaluación de la docencia y el resultado académico del alumnado? ¿Debatir acerca del uso de las encuestas de evaluación de la docencia como indicadores del desempeño del profesorado? ¿Extraer conclusiones e implicaciones de utilidad para la gestión universitaria relacionadas con las encuestas de calidad de la docencia  
**Tipo de duración:** Por tiempo determinado  
**Investigador/a principal:** ANA BELEN CASADO DIAZ  
**Número de participantes:** 5  
**Importe concedido:** 900  
**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Fecha fin de la participación:** 24/10/2019 **Duración de la participación:** 12 meses
- 2** **Título del proyecto:** Nueva docencia de grado en inglés en la Facultad de Económicas y Empresariales: Estrategias y procedimientos para la preparación y elaboración del material docente  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Tipo de participación:** Colaborador  
**Aportación al proyecto:** La presente red está orientada a facilitar la labor del profesorado inmerso en la adaptación de asignaturas de grado al inglés (EMI) en la Facultad de Económicas y Empresariales, así como en el diseño y la implementación de estrategias para mejorar la coordinación y colaboración del profesorado implicado. Los objetivos concretos son: 1) Analizar la percepción del profesorado ante la docencia de grado en inglés, tanto aquellos con experiencia previa como los potencialmente interesados (cualitativa y cuantitativamente). 2) Revisar la literatura existente en el ámbito del EMI, el profesorado y la adaptación material docente al inglés, tanto desde los contenidos como desde las herramientas pedagógicas. 3) Planificar y diseñar un protocolo de trabajo



con una parte general (Economía y Empresa) y con apartados específicos según el área de conocimiento de la asignatura.5) Crear documentos de trabajo (y un centro de recursos online) para plasmar los procedimientos y recomendaciones.

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** CARLA RODRIGUEZ SANCHEZ

**Número de participantes:** 10

**Importe concedido:** 1.100

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha fin de la participación:** 17/10/2018

**Duración de la participación:** 12 meses

**3 Título del proyecto:** "Si no me obligas no lo hago": La responsabilidad del estudiante en el proceso de aprendizaje.

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Coordinador

**Aportación al proyecto:** Los objetivos que persigue la investigación son los siguientes:1. Evaluar el grado de implicación de los estudiantes en el proceso de aprendizaje.2. Analizar la influencia que tiene el carácter obligatorio o voluntario de las actividades propuestas sobre el resultado de la acción formativa.La justificación de la investigación viene dada porque un reciente cambio en el sistema de evaluación de la asignatura Introducción al Marketing, en el que la mayoría de prácticas a realizar por los estudiantes a lo largo del curso han dejado de ser obligatorias para tener un carácter voluntario, ha sido percibido muy negativamente por los profesores de la misma, en el sentido de que ha caído dramáticamente la asistencia a las clases de prácticas así como el número de estudiantes que realizan dichas prácticas. Se evaluará si este hecho ha incidido negativamente en los resultados de la evaluación.

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** RICARDO SELLERS RUBIO

**Número de participantes:** 5

**Importe concedido:** 900

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha fin de la participación:** 30/09/2017

**Duración de la participación:** 12 meses

**4 Título del proyecto:** La evolución de la evaluación: Análisis del rendimiento del estudiante en el proceso de evaluación continua

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Coordinador

**Aportación al proyecto:** El objetivo de la red se centra en analizar la evolución del rendimiento de los estudiantes a partir de las calificaciones obtenidas en el marco de un sistema de evaluación continua. El objetivo último de la red es analizar y valorar la efectividad de dicho sistema de evaluación como método de evaluación formativa.

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** RICARDO SELLERS RUBIO

**Número de participantes:** 5

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Fecha fin de la participación:** 01/02/2014

**Duración de la participación:** 12 meses

**5 Título del proyecto:** Complementariedad y sustitución entre actividad docente y eficiencia investigadora

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Colaborador

**Aportación al proyecto:** Un reto de la Universidad es la asignación presupuestaria entre sus departamentos, pero los criterios de asignación no contemplan el uso de los recursos. Varios trabajos aplican la eficiencia de los departamentos, pero ninguno contrasta la complementariedad y sustitución entre la producción de docencia y de investigación.El objetivo del proyecto es analizar la sustitución y la complementariedad entre la actividad docente y la eficiencia en investigación de los departamentos de una universidad.

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ

**Número de participantes:** 5

**Importe concedido:** 1.050

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Fecha fin de la participación:** 23/12/2012

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración de la participación:** 12 meses

**6 Título del proyecto:** El trabajo de investigación autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Colaborador

**Aportación al proyecto:** El actual contexto de transición (EES) exige un esfuerzo en la adaptación de las asignaturas a la nueva metodología de enseñanza-aprendizaje. El objetivo de esta red es analizar el impacto de una nueva herramienta de evaluación: el trabajo de investigación autónomo. Se pretende evaluar el impacto del mismo sobre las notas (objetivo), así como la percepción del alumno hacia los nuevos métodos de evaluación (subjetivo)

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ

**Número de participantes:** 6

**Importe concedido:** 150

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Fecha fin de la participación:** 23/12/2012

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración de la participación:** 12 meses

**7 Título del proyecto:** LA EQUIDAD DE LA EVALUACIÓN CONTINUA EN EL MARCO DEL EEES

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Coordinador

**Aportación al proyecto:** El objetivo del proyecto se centra en analizar las implicaciones que tiene la introducción del sistema de evaluación continua en las titulaciones de grado sobre la equidad en el proceso de evaluación. En este sentido, en el marco de la asignatura de Introducción al Marketing del título de grado en Administración y Dirección de Empresas se analizará si las pruebas subjetivas de evaluación continua introducen algún tipo de sesgo en el proceso de evaluación.

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** RICARDO SELLERS RUBIO

**Número de participantes:** 5

**Importe concedido:** 975

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Fecha fin de la participación:** 23/12/2012

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración de la participación:** 12 meses

**8 Título del proyecto:** Eficiencia universitaria: Complementariedad y sustitución entre actividades docentes, investigadoras y administrativas

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Colaborador

**Aportación al proyecto:** Un reto de la Universidad es la asignación presupuestaria entre sus departamentos. Los criterios de asignación aplican indicadores objetivos (nº de alumnos o profesores y actividad investigadora), que no contemplan el uso de los recursos por los departamentos según sus necesidades, por lo que varios autores proponen la eficiencia como criterio. A nivel empírico destacan los trabajos de Sinuany-Stern et al. (1994), González et al. (1999) y García y Gómez (1999) sobre la eficiencia de los departamentos, pero ninguno contrasta las hipótesis de complementariedad y de sustitución entre la producción de docencia y de investigación (desarrolladas simultáneamente por los departamentos), cuyo conocimiento es crucial para una adecuada asignación. El objetivo del proyecto es analizar la eficiencia en la actividad docente e investigadora de los departamentos de la Universidad de Alicante, y examinar la sustitución y la complementariedad entre las actividades de docencia e investigación.

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ

**Número de participantes:** 4



**Importe concedido:** 1.500

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Fecha fin de la participación:** 08/10/2011

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración de la participación:** 12 meses

**9 Título del proyecto:** Plazos óptimos

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Colaborador

**Aportación al proyecto:** La enseñanza on-line representa un entorno en el que los principios del EEES tienen una inmediata aplicación, y en el que la evaluación continua es una pieza fundamental. En este sentido, un tema que reviste especial interés es la distribución de los plazos de entrega de las tareas de cara a implementar dicha evaluación continua en una asignatura modular. Este proyecto pretende analizar las características que explican la distribución óptima de la entrega de tareas, entendiendo por óptima como aquella que permite al estudiante optimizar su rendimiento. La aplicación empírica se realizaría sobre una muestra de estudiantes matriculados en la asignatura Marketing e Investigación de Mercados del Máster en Dirección y Gestión Turística del Instituto Universitario de Postgrado (IUP).

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** JUAN LUIS NICOLAU GONZALBEZ

**Número de participantes:** 4

**Importe concedido:** 300

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Fecha fin de la participación:** 04/11/2010

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración de la participación:** 12 meses

**10 Título del proyecto:** CIMTUR (Comercialización e Investigación de Mercados en Turismo)

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Tipo de participación:** Colaborador

**Aportación al proyecto:** El proyecto CIMTUR pretende alcanzar el siguiente objetivo: Elaborar las guías docentes de las asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la titulación en Turismo. En concreto, las asignaturas implicadas son:- Marketing Turístico (Troncal de 2º de la Diplomatura en Turismo)- Investigación de Mercados (Obligatoria de 3º de la Diplomatura en Turismo)- Marketing de la Promoción y Publicidad (Optativa de 3º de la Diplomatura en Turismo) La elaboración de estas guías permitirá la inmediata adecuación de las asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados en el nuevo Grado en Turismo, ya que coinciden con:- Marketing Turístico (Formación Básica de 1º del Grado en Turismo)- Investigación de Mercados Turísticos (Obligatoria de 3º del Grado en Turismo)- Promoción y Técnicas de Venta (Optativa de 3º del Grado en Turismo)

**Tipo de duración:** Por tiempo determinado

**Investigador/a principal:** JUAN LUIS NICOLAU GONZALBEZ

**Número de participantes:** 5

**Importe concedido:** 1.800

**Entidad financiadora:** Universidad de Alicante

**Fecha fin de la participación:** 04/11/2010

**Tipo de entidad:** Universidad

**Duración de la participación:** 12 meses



## Experiencia científica y tecnológica

### Participación en grupos/equipos de investigación, desarrollo o innovación

#### 1 Nombre del grupo: Marketing

**Nombre responsable grupo:** ANA BELEN CASADO DIAZ **N.º de componentes:** 9

**Clase de colaboración:** Coautoría de proyectos y de su desarrollo

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Entidad a que pertenece:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad

**N.º de tesis dirigidas:** 10

**Resultados más relevantes:** Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Stochastic modeling: A three-stage tourist choice Process", Annals of Tourism Research, volume 32, no. 1, 2005, 49-69. (JCR en 2005: 0,630). Mas, F.J., Nicolau, J.L. and Ruiz, F., "Asymmetric rivalry between strategic groups: response, speed of response and ex ante vs. ex post competitive interaction in the Spanish bank deposit market", Strategic Management Journal, volume 26, issue 8, 2005, 713-745. (JCR en 2005: 1,897). Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Heckit modelling of tourist expenditure: evidence from Spain", International Journal of Service Industry Management, volume 16, number 3, 2005, 271-293. (JCR en 2005: 0,635). Mas, F.J., Nicolau, J.L. and Ruiz, F., "Foreign diversification vs. concentration strategies and firm performance: Moderating effects of the market, product and firm factors", International Marketing Review, volume 23, number 1, 2006, 54-82. (JCR en 2006: 0,422). Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations", Tourism Management, volume 27, issue 5, 2006, 982-996. (JCR en 2006: 0,856). Sellers, R. and Mas, F.J., "An empirical analysis of productivity growth in retail services: Evidence from Spain", International Journal of Service Industry Management, volume 18, number 1, 2007, 52-69. (JCR en 2007: 0,804). Ruiz, F., Mas, F.J. and Nicolau, J.L., "Two stage choice process of Foreign direct investment: Ownership structure and diversification mode", Journal of Business Research, volume 60, 2007, 795-805. (JCR en 2007: 0,878). Nicolau, J.L. and Mas F.J., "Sequential choice behavior: Going on vacation and type of destination", Tourism Management, 29(5), 2008, 1023-1034. (JCR en 2008: 1,274). Sellers, R. and Mas, F.J., "Technical efficiency in the retail food industry: The influence of inventory investment, wage levels and age of the firm", European Journal of Marketing, volume 43, issue 5/6, 2009, 652-669. (JCR en 2009: 0,756). Nicolau, J.L. and Mas, F.J., "Simultaneous analysis of whether and how long to go on holidays", The Service Industries Journal, volume 29, number 8, 2009, 1077-1092. (JCR en 2009: 0,283). Mas-Ruiz, F.J. and Ruiz-Moreno, F., "Rivalry within strategic groups and consequences for performance: The firm-size effects", Strategic Management Journal, 32, issue 12, 2011, 1286-1308. (JCR en 2011: 3,783; JCR a 5 años: 6,288). Mas-Ruiz, F.J., Ruiz-Moreno, F. and Ladrón de Guevara, A., "Asymmetric rivalry within and between strategic groups", Strategic Management Journal. En prensa.

**Fecha de inicio:** 13/03/2006

**Duración:** 176 meses

#### 2 Nombre del grupo: Contabilidad y Finanzas (CyF)

**N.º de componentes:** 19

**Clase de colaboración:** Coautoría de proyectos y de su desarrollo

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Entidad a que pertenece:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad

**N.º de tesis dirigidas:** 25

**Fecha de inicio:** 31/07/2002

**Duración:** 220 meses



## Actividad científica o tecnológica

### Participación en proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

- 1 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160/19) (VIGROB-160/19)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** ANA BELEN CASADO DIAZ  
**Número de investigadores/as:** 7  
**Fecha de inicio:** 01/01/2020 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 986
- 2 Denominación del proyecto:** Marketing - VIGROB-160 (UADIF19-25) (UADIF19-25)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** ANA BELEN CASADO DIAZ  
**Número de investigadores/as:** 7  
**Fecha de inicio:** 01/01/2020 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 573
- 3 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 7  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2019 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.484
- 4 Denominación del proyecto:** Análisis integral del sector turístico desde las perspectivas De gestión de la oferta y el comportamiento de la demanda (RTI2018-099467-B-I00) (RTI2018-099467-B-I00)  
**Calidad en que ha participado:** Coordinador/a científico/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** SELLERS RUBIO, RICARDO;RUIZ MORENO, MANUEL FELIPE  
**Número de investigadores/as:** 12  
**Fecha de inicio:** 01/01/2019 **Duración del proyecto:** 3 años  
**Cuantía total:** 47.916
- 5 Denominación del proyecto:** Análisis del comportamiento del turista respecto a la sostenibilidad y al consumo y ahorro de agua en hoteles: Aplicaciones desde el enfoque del marketing social (GRE17-15) (GRE17-15)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad





**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCO MANUEL SANCHO ESPER  
**Número de investigadores/as:** 4  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 02/05/2018 **Duración del proyecto:** 2 años  
**Cuantía total:** 4.434

**6 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 7  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2018 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.402

**7 Denominación del proyecto:** Ayuda por difusión de resultados de investigación por grupo investigación (UADIF17-40) (UADIF17-40)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 7  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2018 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.371

**8 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2017 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.387

**9 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2016 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.386

**10 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad



**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2015 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.382

**11 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2014 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.405

**12 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2013 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 1.506

**13 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2012 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 2.503

**14 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 5  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/01/2011 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 2.085

**15 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España



**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ

**Número de investigadores/as:** 5

**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante

**Fecha de inicio:** 01/01/2010

**Duración del proyecto:** 1 año

**Cuantía total:** 2.231

**16 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a

**Entidad de realización:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ

**Número de investigadores/as:** 5

**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante

**Fecha de inicio:** 01/01/2009

**Duración del proyecto:** 1 año

**Cuantía total:** 2.402

**17 Denominación del proyecto:** Análisis multi-industria y multi-actividad del efecto de la incorporación de la responsabilidad social corporativa en el valor del mercado (ECO2008-05487) (ECO2008-05487)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a

**Entidad de realización:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Investigador/es responsable/es:** JUAN LUIS NICOLAU GONZALBEZ

**Número de investigadores/as:** 4

**Entidad/es financiadora/s:** Ministerio de Educación y Ciencia

**Fecha de inicio:** 01/01/2009

**Duración del proyecto:** 3 años

**Cuantía total:** 29.040

**18 Denominación del proyecto:** Análisis Ordinal del comportamiento de queja del consumidor (GRE07-5P) (GRE07-5P)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a

**Entidad de realización:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Investigador/es responsable/es:** JUAN LUIS NICOLAU GONZALBEZ

**Número de investigadores/as:** 4

**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante

**Fecha de inicio:** 01/01/2008

**Duración del proyecto:** 1 año

**Cuantía total:** 10.943

**19 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a

**Entidad de realización:** Universidad de Alicante

**Tipo de entidad:** Universidad

**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España

**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ

**Número de investigadores/as:** 5

**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante

**Fecha de inicio:** 01/09/2007

**Duración del proyecto:** 2 años

**Cuantía total:** 2.506

**20 Denominación del proyecto:** Análisis integral del comportamiento de elección del turista en la Comunidad Valenciana (GV07/178) (GV07/178)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a



**Entidad de realización:** Universidad de Alicante      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** JUAN LUIS NICOLAU GONZALBEZ  
**Número de investigadores/as:** 4  
**Entidad/es financiadora/s:** Consellería de Empresa Universidad y Ciencia  
**Fecha de inicio:** 01/01/2007      **Duración del proyecto:** 2 años  
**Cuantía total:** 14.260

**21 Denominación del proyecto:** Marketing (VIGROB-160) (VIGROB-160)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 5  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/07/2006      **Duración del proyecto:** 2 años  
**Cuantía total:** 1.354,19

**22 Denominación del proyecto:** Finanzas y mercado (VIGROB-056) (VIGROB-056)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** JUAN CARLOS GOMEZ SALA  
**Número de investigadores/as:** 21  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/10/2005      **Duración del proyecto:** 2 años  
**Cuantía total:** 2.970,12

**23 Denominación del proyecto:** Organización del Congreso: "XVI Encuentro de profesores universitarios de Marketing" (SEJ2004-20151-E) (SEJ2004-20151-E)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 9  
**Entidad/es financiadora/s:** Ministerio de Educación y Ciencia  
**Fecha de inicio:** 22/09/2004      **Duración del proyecto:** 1 año - 11 meses  
**Cuantía total:** 6.000

**24 Denominación del proyecto:** Rivalidad en precios entre grupos estratégicos: mercado español de créditos bancarios (GV04B/577) (GV04B/577)

**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante      **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 6  
**Entidad/es financiadora/s:** Consellería de Cultura, Educación y Deporte  
**Fecha de inicio:** 01/01/2004      **Duración del proyecto:** 2 años  
**Cuantía total:** 11.000



- 25 Denominación del proyecto:** Valor económico de protección de las patentes y rivalidad en el sector eléctrico español (GRE01-14) (GRE01-14)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/es responsable/es:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**Número de investigadores/as:** 3  
**Entidad/es financiadora/s:** Universidad de Alicante  
**Fecha de inicio:** 01/09/2001 **Duración del proyecto:** 1 año  
**Cuantía total:** 7.718,61

### Participación en contratos, convenios o proyectos de I+D+i no competitivos con Administraciones o entidades públicas o privadas

- 1 Denominación del proyecto:** ESTUDIO PARA CUANTIFICAR EL PAPEL DE LAS MARCAS EN LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD ESPAÑOLA (ANDEMA1-17T)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 6  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 08/01/2018 **Duración del proyecto:** 9 meses  
**Cuantía total:** 34.364
- 2 Denominación del proyecto:** CONVENIO DE COLABORACIÓN PARA EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO VALENCIANO (AGENCIAVALENCIANATURISMO1-16F)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** JOSE LUIS GASCO GASCO  
**N.º investigadores/as:** 60  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO DE LA GENERALITAT VALENCIANA  
**Fecha inicio:** 01/01/2016 **Duración del proyecto:** 11 meses  
**Cuantía total:** 80.000
- 3 Denominación del proyecto:** ELABORACIÓN DE UN INFORME QUE ESTUDIE LA RELACIÓN ENTRE EXPORTACIONES Y ESTRATEGIAS I+D+I DE EMPRESAS DE MARCA. (ANDEMA4-12PA)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 5  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 15/12/2012 **Duración del proyecto:** 1 mes  
**Cuantía total:** 6.500



- 4 Denominación del proyecto:** ELABORACIÓN DE UNA BASE DE DATOS SOBRE EXPORTACIONES Y ESTRATEGIAS DE I+D+I DE EMPRESAS DE MARCA (ANDEMA2-12PA)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 5  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 01/12/2012 **Duración del proyecto:** 1 mes  
**Cuantía total:** 12.000
- 5 Denominación del proyecto:** PROPUESTA E IMPLEMENTACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA ESTABLECER RELACIONES ENTRE EXPORTACIONES Y ESTRATEGIAS I+D+I DE EMPRESAS DE MARCA (ANDEMA3-12PA)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 5  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 15/11/2012 **Duración del proyecto:** 1 mes  
**Cuantía total:** 10.000
- 6 Denominación del proyecto:** IMPACTO DE LA MARCA EN LA ECONOMÍA Y SOCIEDAD ESPAÑOLAS (ANDEMA1-12T)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 5  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 01/09/2012 **Duración del proyecto:** 4 meses  
**Cuantía total:** 34.492,83
- 7 Denominación del proyecto:** PRIMEROS ANÁLISIS Y APLICACIÓN PRELIMINAR DE LAS TÉCNICAS DE ESTIMACIÓN NECESARIAS PARA LOS DATOS PROCEDENTES DE ANDEMA (ANDEMA1-11PA)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 5  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 01/12/2011 **Duración del proyecto:** 1 mes  
**Cuantía total:** 9.000



- 8 Denominación del proyecto:** ANALISIS PREVIO DE LOS DATOS PERTENECIENTES A ANDEMA PARA LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO "IMPACTO DE LAS MARCAS EN LA ECONOMÍA Y EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLAS" (ANDEMA2-11PA)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** MANUEL FELIPE RUIZ MORENO  
**N.º investigadores/as:** 5  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** ASOCIACION NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA)  
**Fecha inicio:** 01/12/2011 **Duración del proyecto:** 1 mes  
**Cuantía total:** 9.000
- 9 Denominación del proyecto:** VALOR DE MARCA COLECTIVA: APROXIMACIÓN DESDE EL ENFOQUE DE LA EFICIENCIA (IVIE2-10I)  
**Calidad en que ha participado:** Coordinador/a científico/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** RICARDO SELLERS RUBIO  
**N.º investigadores/as:** 2  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS, S.A. (IVIE)  
**Fecha inicio:** 30/04/2010 **Duración del proyecto:** 6 meses  
**Cuantía total:** 4.000
- 10 Denominación del proyecto:** ALICANTE: HORIZONTE 2020 [\_M\_] [\_M\_] [\_M\_] (CAMARASCOMERCIO1-08T)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** GLORIA PARDO ALES  
**N.º investigadores/as:** 50  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ALICANTE  
**Fecha inicio:** 12/05/2008 **Duración del proyecto:** 5 meses  
**Cuantía total:** 462.543
- 11 Denominación del proyecto:** FACTORES DETERMINANTES DE LA EFICIENCIA TÉCNICA EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA (IVIE1-05I)  
**Calidad en que ha participado:** Investigador/a  
**Entidad de realización:** Universidad de Alicante **Tipo de entidad:** Universidad  
**Ciudad:** Alicante, Comunidad Valenciana, España  
**Investigador/a responsable:** FRANCISCO JOSE MAS RUIZ  
**N.º investigadores/as:** 2  
**Entidades participantes:** Universidad de Alicante  
**Entidad/es financiadora/s:** INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS, S.A. (IVIE)  
**Fecha inicio:** 25/05/2005 **Duración del proyecto:** 5 meses  
**Cuantía total:** 3.700



## Actividades científicas y tecnológicas

### Producción científica

#### Publicaciones, documentos científicos y técnicos

- 1** Kauffmann, E.; Peral, J.; Gil, D.; Ferrández, A.; Sellers, R.; Mora, H. A framework for big data analytics in commercial social networks: A case study on sentiment analysis and fake review detection for marketing decision-making. *Industrial Marketing Management*. 90, pp. 523 - 537. 2020. ISSN 0019-8501

**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 2** Rodríguez-Sánchez, C.; Sancho-Esper, F.; Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R. Understanding in-room water conservation behavior: The role of personal normative motives and hedonic motives in a mass tourism destination. *Journal of Destination Marketing & Management*. 18, pp. 1 - 12. 2020. ISSN 2212-571X

**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 4

**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 3** Casado-Díaz, A.B.; Sancho-Esper, F.; Rodríguez-Sánchez, C.; Sellers-Rubio, R. Tourists's water conservation behavior in hotels: the role of gender. *Journal of Sustainable Tourism*. 31, pp. 2 - 22. 2020. ISSN 0966-9582

**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 4

**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 4** Nicolau, J.L.; Sellers-Rubio, R. The bundling strategy: the one-click effect on loss aversion. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 44, pp. 704 - 712. 2020. ISSN 1096-3480

**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 2

**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 5** Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R.; Rodríguez-Sánchez, C.; Sancho-Esper, F. Predictors of willingness to pay a price premium for hotels's water-saving initiatives. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 37, pp. 773 - 784. 2020. ISSN 1054-8408

**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 2

**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 6** Kauffmann, E.; Gil, D.; Peral, J.; Ferrández, A.; Sellers R. A Step Further in Sentiment Analysis Application in Marketing Decision-Making. *Research & Innovation Forum 2019. Technology, Innovation, Education, and their Social Impact*. pp. 441 - 448. Springer, 2019. ISBN 978-3-030-30808-7

**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición sobre total:** 5

**Tipo de soporte:** Libro  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 7** Casado-Díaz, A.B. ; Sellers-Rubio, R.; Rodríguez-de-la-Torriente, P.; Lucas-Aura, J.; Fernández-Díaz, F.M. Relación entre los indicadores de calidad de la docencia y el desempeño del alumnado. *Memorias del Programa de Redes-I3CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2018-19*.





pp. 433 - 447. Comunidad Valenciana(España): Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante, 2019. ISBN 978-84-09-15746-4

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición sobre total:** 2

**Tipo de soporte:** Libro

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 8** Kauffmann, E.; Peral, J.; Gil, D.; Ferrández, A.; Sellers, R.; Mora, H. Managing marketing decision-making with sentiment analysis: an evaluation of the main product features using text data mining. Sustainability. 11, pp. 4235 -. 2019. ISSN 2071-1050

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 9** Cruz-Roche, I.; Romero, J.; Sellers-Rubio, R. Retail services efficiency: impact of country-specific factors. International Journal of Retail and Distribution Management. 47, pp. 774 - 792. 2019. ISSN 0959-0552

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 10** Sellers-Rubio, R.; Calderón-Martínez, A. Brand strategy scope and advertising spending: the more the better?. Tourism Economics. 2019. ISSN 1354-8166

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 11** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L. El aporte visual de la etiqueta desde una perspectiva intercultural. Langues, cultures et gastronomie : communication interculturelle et contrastes / Lenguas, culturas y gastronomía: comunicación intercultural y contrastes. pp. 169 - 188. Peter Lang GmbH, 2018. ISBN 978-3-631-77652-0

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Libro

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 12** Rodríguez-Sánchez, C.; Sancho-Esper, F.M.; Casado-Díaz, A.; Ruiz-Moreno, M.F.; Seller-Rubio, R.; Ostrovskaya, L.; De Juana Espinosa, S.A.; Sartarelli, M.; Moreno-Izquierdo, L. Análisis de las estrategias y herramientas del profesorado no nativo para impartir docencia de grado en inglés en Economía y Empresa. El compromiso académico y social a través de la investigación e innovación educativas en la Enseñanza Superior. pp. 400 - 411. Cataluña(España): Editorial Octaedro, S.L., 2018. ISBN 978-84-17219-25-3

**Tipo de producción:** Capítulos de libros

**Posición sobre total:** 5

**Tipo de soporte:** Libro

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 13** Sellers-Rubio, R.; Casado-Díaz, A.B. Analyzing hotel efficiency from a regional perspective: The role of environmental determinants. International Journal of Hospitality Management. 75, pp. 75 - 85. 2018. ISSN 0278-4319

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 14** Sellers-Rubio, R. Advertising efficiency in the Spanish beer industry: Spending too much?. International Journal of Wine Business Research. 30, pp. 410 - 427. 2018. ISSN 1751-1062

**Tipo de producción:** Artículo

**Posición sobre total:** 1

**Tipo de soporte:** Revista

**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 15** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.; Sancho-Esper, F. Firm reputation, advertising investment, and price premium: The role of collective brand membership in high-quality wines. *Agribusiness: An International Journal (Online)*. 34, pp. 351 - 362. 2018. ISSN 1520-6297  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 16** Goncharuk, A.G.; Sellers-Rubio, R. West vs East: How different is performance in European winemaking. *Journal of Applied Management and Investments*. 7, pp. 185 - 200. 2018. ISSN 2225-3467  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 17** Casado-Díaz, A.B.; Pérez-Naranjo, L.; Sellers-Rubio, R. Aggregate consumer ratings and booking intention: the role of brand image. *Service Business*. 11, pp. 543 - 562. 2017. ISSN 1862-8516  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 3  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 18** Sellers-Rubio, R. ¿Tienen cabida en el mercado los vinos sostenibles?. *Business, Economy and Society. Issues for research in a knowledge and information society*. pp. 69 - 77. Universidad de Alicante, 2016. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/54426>>. ISBN 978-84-608-2099-4  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 19** Rodríguez-Sánchez, C.; Sancho-Esper, F.; Casado-Díaz, A.; Ruiz-Moreno, F.; Seller-Rubio, R.; Ostrovskaya, L.; De Juana-Espinosa, S.; Sartarelli, M.; Moreno-Izquierdo, L. Análisis de las estrategias y herramientas del profesorado no nativo para impartir docencia de grado en inglés en Economía y Empresa. XIV Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Investigación, innovación y enseñanza universitaria: enfoques pluridisciplinares. pp. 102 - 103. Comunidad Valenciana(España): Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante, 2016. ISBN 978-84-608-7976-3  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición sobre total:** 5  
**Tipo de soporte:** Libro  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 20** Sellers-Rubio, R.; Alampí-Sottini, V.; Menghini, S. Productivity growth in the winery sector: evidence from Italy and Spain. *International Journal of Wine Business Research*. 28, pp. 59 - 75. 2016. ISSN 1751-1062  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 21** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L. Estimating the willingness to pay for a sustainable wine using a Heckit model. *Wine Economics and Policy*. 5, pp. 96 - 104. 2016. ISSN 2212-9774  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 22** Mas-Ruiz, F.; Sancho-Esper, F.; Sellers Rubio, R. The effect of collective brand on advertising productivity. *British Food Journal*. 118, pp. 2475 - 2490. 2016. ISSN 0007-070X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 3  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo



- 23** Sellers-Rubio, R. Would you pay a price premium for a sustainable wine? The voice of the Spanish consumer. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*. 8, pp. 10 - 16. 2016. ISSN 2210-7843  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión
- 24** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzálbez, J.L. La demanda y los mercados turísticos. *Canelobre*. pp. 67 - 75. 2016. ISSN 0213-0467  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión
- 25** Sellers-Rubio, R.; Alampi-Sottini, V. The influence of size on winery performance: Evidence from Italy. *Wine Economics and Policy*. 5, pp. 33 - 41. 2016. ISSN 2212-9774  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 26** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L. Testing the decoy effect in the presence of store brands. *International Journal of Retail and Distribution Management*. 43, pp. 113 - 125. 2015. ISSN 0959-0552  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 27** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F. Economic efficiency of members of protected designations of origin: sharing reputation indicators in the experience goods of wine and cheese. *Review of Managerial Science*. 9, pp. 175 - 196. 2015. ISSN 1863-6683  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 28** Casado-Díaz, A.B.; Nicolau-Gonzálbez, J.L.; Ruiz-Moreno, F.; Sellers-Rubio, R. Industry-specific effects of CSR initiatives: hotels and airlines. *Kybernetes. The international journal of cybernetics, systems and management sciences*. 43, pp. 547 - 564. 2014. ISSN 0368-492X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 4  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 29** Casado-Díaz, A.B.; Nicolau-Gonzálbez, J.L.; Ruiz-Moreno, F.; Sellers-Rubio, R. The Differentiated Effects of CSR Actions in the Service Industry. *The Journal of Services Marketing (Online)*. 28, pp. 558 - 565. 2014. ISSN 0887-6045  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 4  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 30** Sellers-Rubio, R.; Casado-Díaz, A.B.; Sánchez-Cazorla, J.; Ortuño-Norpoth, A. La evolución de la evaluación: análisis del rendimiento del estudiante en el proceso de evaluación continua. *La producción científica y la actividad de innovación docente en proyectos de redes*. pp. 1531 - 1543. Comunidad Valenciana(España): ICE/Vicerrectorado de Estudios e Innovación Educativa, Universidad de Alicante, 2013. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/36042>>. ISBN 978-84-695-9336-3  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro



- 31** Sancho Esper, F.M.; Mas Ruiz, F.J.; Sellers Rubio, R.; Casado Díaz, A.B.; García Cifuentes, C.; Jornet García, I. El trabajo de investigación autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II. Diseño de acciones de investigación en docencia universitaria. pp. 2208 - 2225. Comunidad Valenciana(España): ICE/Vicerrectorado de Estudios e Innovación Educativa, Universidad de Alicante, 2013. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/25861>>. ISBN 978-84-695-6638-1  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 3 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 32** Sellers, R.; Nicolau, J.L.; Quintero, M.; Seva, P.; García, C. La equidad de la evaluación continua en el marco del EEES. Diseño de acciones de investigación en docencia universitaria. pp. 1909 - 1924. Comunidad Valenciana(España): ICE/Vicerrectorado de Estudios e Innovación Educativa, Universidad de Alicante, 2013. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/25861>>. ISBN 978-84-695-6638-1  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 33** Sellers Rubio, R.; Casado Díaz, A.B.; Mas Ruiz, F. J.; Sancho Esper, M.F.; García Cifuentes, C. Complementariedad y sustitución entre actividad docente y eficiencia investigadora. Diseño de acciones de investigación en docencia universitaria. pp. 1595 - 1610. Comunidad Valenciana(España): ICE/Vicerrectorado de Estudios e Innovación Educativa, Universidad de Alicante, 2013. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/25861>>. ISBN 978-84-695-6638-1  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 34** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F. Rentabilidad de las empresas vinculadas a la marca colectiva en el sector vinícola. Universia Business Review. pp. 68 - 83. 2013. ISSN 1698-5117  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 35** Sellers, R.; Nicolau, J.L. La MDD desde la perspectiva del marketing. Rebelión en las marcas: marcas de distribuidor y consumo inteligente. pp. 129 - 141. Comunidad de Madrid(España): Lid Editorial Empresarial, 2012. ISBN 978-84-8356-601-5  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 36** Sellers, R.; Nicolau, J.L. Segmentación del consumidor de vino. Marketing del vino. pp. 79 - 106. Ediciones Pirámide, 2012. ISBN 978-84-368-2571-8  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 37** Sellers, R.; Nicolau, J.L. Planificación del marketing mix. Marketing del vino. pp. 155 - 182. Ediciones Pirámide, 2012. ISBN 978-84-368-2571-8  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 38** Casado, A.B.; Sellers, R. Caso 2. Bodegas Enrique Mendoza. La apuesta por la creación del valor de marca. Marketing del vino. pp. 299 - 312. Ediciones Pirámide, 2012. ISBN 978-84-368-2571-8  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 2 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 39** Nicolau, J.L.; Sellers, R. The free breakfast effect: An experimental approach to the zero price model in tourism. Journal of Travel Research. 51, pp. 243 - 249. 2012. ISSN 0047-2875  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista

**Posición sobre total:** 2**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 40** Varrión; Gascó; González; Marco; Martínez; Merino; Molina; Sabater; Sellers; Úbeda. Aspectes Clau de la Direcció i Gestió de PIMES. pp. 1 - 244. Comunidad Valenciana(España): Servei de Publicacions Universitat d'Alacant, 2011. ISBN 978-84-9717-153-3

**Tipo de producción:** Libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición sobre total:** 9**En calidad de:** Editor/a o coeditor/a

- 41** Sellers-Rubio, R.; Casado-Diaz, A.B.; Mas-Ruiz, F.J.; Sancho-Esper, M.F.Eficiencia universitaria: complementariedad y sustitución entre actividades docentes, investigadoras y administrativas. Redes de investigación docente universitaria: innovaciones metodológicas. pp. 1715 - 1730. Comunidad Valenciana(España): Universidad de Alicante, 2011. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/20537>>. ISBN 978-84-695-1151-0

**Tipo de producción:** Capítulos de libros**Tipo de soporte:** Libro**Posición sobre total:** 1**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro

- 42** Sellers, R.; Mas, F.J.Valor de marca colectiva: Aproximación desde el enfoque de la eficiencia. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE). 2011.

**Tipo de producción:** Documento o Informe científico-técnico**Tipo de soporte:** Documento o Informe científico-técnico**Posición sobre total:** 1**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de documento científico o técnico de difusión

- 43** Assaf, A; Barros, C.P.; Sellers-Rubio, R.Efficiency determinants in retail stores: A Bayesian framework. Omega-International Journal of Management Science. 39, pp. 283 - 292. 2011. ISSN 0305-0483

**Tipo de producción:** Artículo**Tipo de soporte:** Revista**Posición sobre total:** 1**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 44** Sellers, R.; Nicolau, J.L.Analysing the effect of environmental factors on service performance. Service Industries Journal. 31, pp. 1471 - 1488. 2011. ISSN 0264-2069

**Tipo de producción:** Artículo**Tipo de soporte:** Revista**Posición sobre total:** 1**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 45** Nicolau; J.L.; Sellers; R.The effect of quality on hotel risk. Tourism Economics. 17, pp. 39 - 52. 2011. ISSN 1354-8166

**Tipo de producción:** Artículo**Tipo de soporte:** Revista**Posición sobre total:** 2**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 46** Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R.Introducción al marketing. pp. 1 - 251. Editorial Club Universitario, 2010. ISBN 978-84-9948-178-4

**Tipo de producción:** Libro**Tipo de soporte:** Libro**Posición sobre total:** 2**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 47** Nicolau, J.L.; Sellers, R.; Merino, F.; Orgilés, A.Evaluación continua con distribución equidistante de tareas. Evaluación de los aprendizajes en el Espacio Europeo de Educación Superior. pp. 561 - 568. Editorial Marfil, 2010. Disponible en Internet en: <<http://hdl.handle.net/10045/20338>>. ISBN 978-84-268-1523-1

**Tipo de producción:** Capítulos de libros**Tipo de soporte:** Libro**Posición sobre total:** 2**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro



- 48** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J.; Casado-Díaz, A.B. University efficiency: Complementariness versus trade-off between teaching, research and administrative activities. Higher Education Quarterly. 64, pp. 373 - 391. 2010. ISSN 0951-5224  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 49** Sellers-Rubio, R. Evaluating the economic performance of Spanish wineries. International Journal of Wine Business Research. 22, pp. 73 - 84. 2010. ISSN 1751-1062  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 50** Nicolau, J.L.; Sellers, R. The quality of quality awards: Diminishing information asymmetries in a hotel chain. Journal of Business Research. 63, pp. 832-839 -. 2010. ISSN 0148-2963  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 51** Mas-Ruiz, F.J.; Sellers Rubio, R. Productividad y eficiencia en distribución: principales corrientes de investigación. Distribución comercial. Estrategias para competir por el consumidor. pp. 161 - 169. Editorial de la Fundación Ramón Areces, 2009. ISBN 978-84-8367-242-6  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Libro  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 52** Sellers, R.; Mas, F.J. Technical efficiency in the retail food industry: the influence of inventory investment, wage levels, and age of the firm. European Journal of Marketing. 43, pp. 652 - 669. 2009. ISSN 0309-0566  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 53** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J. Determinantes de la eficiencia en el canal de distribución: Análisis en agencias de viajes. Revista Española de Investigación de Marketing ESIC. 13, pp. 97 - 115. 2009. ISSN 1138-1442  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 54** Sellers-Rubio, R. Diagnóstico de situación del sector de distribución comercial en la provincia de Alicante. Documentos de trabajo IEI. 2009. ISSN 1989-6867  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión
- 55** Casado-Díaz, A.B.; Mas-Ruiz, F.J.; Sellers-Rubio, R. Stock Market Reactions to Third-Party Complaints. International Journal of Bank Marketing. 27, pp. 167 - 183. 2009. ISSN 0265-2323  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 3  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 56** Sellers, R.; Nicolau, J.L. Assessing performance in services: the travel agency industry. Service Industries Journal. 29, pp. 653 - 667. 2009. ISSN 0264-2069  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista



**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 57** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J. Efficiency vs. market power in retailing: Analysis of supermarket chains. Journal of Retailing and Consumer Services. 16, pp. 61 - 67. 2009. ISSN 0969-6989  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 58** Sellers-Rubio, R. Marketing del vino alicantino: un desafío pendiente. Canelobre. pp. 277 - 290. 2008. ISSN 0213-0467  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión
- 59** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J. Rentabilidad, poder de mercado y eficiencia en la distribución comercial minorista. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. 17, pp. 157 - 170. 2008. ISSN 1019-6838  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 60** Barros, C.P.; Sellers-Rubio, R. Analysing cost efficiency in Spanish retailers with a random frontier model. International Journal of Retail and Distribution Management. 36, pp. 883 - 900. 2008. ISSN 0959-0552  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 61** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzálbez, J.L.; Mas-Ruiz, F.J. The economic value of patent protection and rivalry in the Spanish electrical sector. European Journal of Innovation Management. 10, pp. 434 - 452. 2007. ISSN 1460-1060  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 62** Sellers-Rubio, Ricardo; Mas-Ruiz, Francisco. An empirical analysis of productivity growth in retail services: evidence from Spain. International Journal of Service Industry Management. 18, pp. 52 - 69. 2007. ISSN 0956-4233  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 63** Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F. Different approaches to the evaluation of performance in retailing. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. 17, pp. 503 - 522. 2007. ISSN 0959-3969  
**Tipo de producción:** Artículo **Tipo de soporte:** Revista  
**Posición sobre total:** 1 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 64** Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R. Dirección de Marketing. pp. 1 - 370. ECU, 2006. ISBN 84-8454-527-X  
**Tipo de producción:** Libro **Tipo de soporte:** Libro  
**Posición sobre total:** 2 **En calidad de:** Autor/a o coautor/a de libro completo

- 65** Sellers, R.; Más, F.J. Technical efficiency in the retail food industry: The influence of inventory investment, wage levels and age of the firm. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. 2006.  
**Tipo de producción:** Documento o Informe científico-técnico  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Documento o Informe científico-técnico  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de documento científico o técnico de difusión
- 66** Sellers-Rubio, R.; Más-Ruiz, F.J. Evaluación de la eficiencia en distribución comercial minorista. Distribución y Consumo. 87, pp. 88 - 96. 2006. ISSN 1132-0176  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión
- 67** Sellers-Rubio, R.; Más-Ruiz, F.J. Economic efficiency in supermarkets: Evidences in Spain. International Journal of Retail and Distribution Management. 34, pp. 155 - 171. 2006. ISSN 0959-0552  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 68** Nicolau-Gonzálbez, J.L.; Sellers-Rubio, R. Marketing e investigación de mercados. Master en Dirección y Gestión Turística (IUP). Comunidad de Madrid(España): Ediciones Santillana S. A., 2004. ISBN 84-688-9725-6  
**Tipo de producción:** Capítulos de libros  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Libro  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de capítulo de libro
- 69** Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R.; Más-Ruiz, F.J. Third-party complaints and firm performance: an application in Spanish banking. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE). 2004.  
**Tipo de producción:** Documento o Informe científico-técnico  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Documento o Informe científico-técnico  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de documento científico o técnico de difusión
- 70** Nicolau; Juan L.; Sellers; Ricardo. Influencia de la Calidad sobre la Rentabilidad y la Volatilidad. Revista de Economía Aplicada. 11, pp. 66 - 82. 2004. ISSN 1133-455X  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 71** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L. The Stock Market's Reaction to Quality Certification: Empirical Analysis from Spain. European Journal of Operational Research. 142, pp. 632 - 641. 2002. ISSN 0377-2217  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 72** Sellers-Rubio, R. Internet y el comercio electrónico: Situación y perspectiva. Alquibla. 8, pp. 697 - 711. 2002. ISSN 1136-6648  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión
- 73** Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L. Factores Determinantes del Comportamiento del Turista hacia Internet. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. 8, 2002. ISSN 1135-2523  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista





**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo

- 74** Sellers; Ricardo; Nicolau; Juan L. La Calidad y su Impacto sobre la Rentabilidad y la Volatilidad. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE). EC-18, 2001.  
**Tipo de producción:** Documento o Informe científico-técnico  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Documento o Informe científico-técnico  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de documento científico o técnico de difusión
- 75** Sellers, R.; Nicolau, J.L.; Mas, F.J. Eficiencia en la Distribución: Una Aplicación en el Sector de Agencias de Viajes. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE). 2001.  
**Tipo de producción:** Documento o Informe científico-técnico  
**Posición sobre total:** 3  
**Tipo de soporte:** Documento o Informe científico-técnico  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de documento científico o técnico de difusión
- 76** Sellers-Rubio, R. Internet, el consumidor y el futuro del canal de distribución turístico. Papers de Turisme. 30, pp. 8 - 37. 2001. ISSN 0214-8021  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 1  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 77** Sellers, R.; Azorín, A. El comercio electrónico y el futuro del canal de distribución turístico. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. 7, pp. 13 - 36. 2001. ISSN 1135-2523  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 78** Azorín, A.; Sellers, R. Motivación de la fuerza de ventas industrial: el efecto de las características personales sobre la preferencia por las recompensas alternativas. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. 8, pp. 149 - 160. 1999. ISSN 1019-6838  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 2  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista con comité evaluador de admisión externo
- 79** Mas, F.J.; Sellers, R.; Azorín, A. Calidad Percibida, Satisfacción e Intención de Compra de los Servicios. Revista de Economía y Empresa. 13, pp. 37 - 51. 1999. ISSN 0213-0203  
**Tipo de producción:** Artículo  
**Posición sobre total:** 3  
**Tipo de soporte:** Revista  
**En calidad de:** Autor/a o coautor/a de artículo en revista sin comité externo evaluador de admisión

### Trabajos presentados en congresos nacionales o internacionales

- 1** **Título:** ¿ESTÁN LOS HUÉSPEDES DISPUESTOS A PAGAR MÁS POR INICIATIVAS DE AHORRO DE AGUA DE LOS HOTELES?  
**Nombre del congreso:** III Congreso Iberoamericano de Jóvenes Investigadores en Ciencias Económicas y Dirección de Empresas  
**Tipo evento:** Congreso  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Sevilla, España  
**Fecha de realización:** 26/11/2020  
**Ámbito del congreso:** Internacional no UE



Rodríguez Sánchez, C.; Sancho Esper, F.M.; Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R. "¿ESTÁN LOS HUÉSPEDES DISPUESTOS A PAGAR MÁS POR INICIATIVAS DE AHORRO DE AGUA DE LOS HOTELES?". En: Libro de actas. -, ISBN no disponible aun

- 2** **Título:** Influencia de la Covid-19 en la tendencia a la externalización de los servicios de información turística  
**Nombre del congreso:** Congreso internacional de turismo, universidad y empresa  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Castellón, España  
**Fecha de realización:** 28/10/2020  
Garulo-Ramón, C.; Díez-Sánchez, J.J.; Sellers-Rubio, R. "Influencia de la Covid-19 en la tendencia a la externalización de los servicios de información turística".-,
- 3** **Título:** Análisis de la eficiencia de la inversión publicitaria de las cadenas hoteleras  
**Nombre del congreso:** Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Cáceres, España  
**Fecha de realización:** 11/09/2019  
Sellers-Rubio, R.; Calderón-Martínez, A. "Análisis de la eficiencia de la inversión publicitaria de las cadenas hoteleras".-,
- 4** **Título:** Protected Designation of Origin: the role of reputation of collective brand members  
**Nombre del congreso:** World Conference on Business and Management. WCBM  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Kuala Lumpur, Malasia  
**Fecha de realización:** 26/06/2019  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.; Sancho-Esper, F. "Protected Designation of Origin: the role of reputation of collective brand members".-,
- 5** **Título:** A step further in sentiment analysis application in marketing decision-making  
**Nombre del congreso:** Research and Innovation Forum  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Roma, Italia  
**Fecha de realización:** 24/04/2019  
Kauffmann, E.; Gil, D.; Peral, J.; Ferrández, A.; Sellers-Rubio, R. "A step further in sentiment analysis application in marketing decision-making".-,
- 6** **Título:** Análisis comparado de la eficiencia en el sector de distribución comercial de la Unión Europea  
**Nombre del congreso:** Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Barcelona, España  
**Fecha de realización:** 05/09/2018  
Cruz-Roche, I.; Romero, J.; Sellers-Rubio, R. "Análisis comparado de la eficiencia en el sector de distribución comercial de la Unión Europea".-,



- 7** **Título:** The importance of collective brand in the wine price premia.  
**Nombre del congreso:** International Conference on Business and Information  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Seúl, República de Corea  
**Fecha de realización:** 06/07/2018  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.; Sancho-Esper, F."The importance of collective brand in the wine price premia.".En: Actas del International Conference on Business and Information. -, ISBN 1729-9322
- 8** **Título:** Análisis de las estrategias y herramientas del profesorado no nativo para impartir docencia de grado en inglés en Economía y Empresa  
**Nombre del congreso:** REDES-INNOVAESTIC 2018 investigación en Docencia Universitaria  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Universidad de Alicante, España  
**Fecha de realización:** 14/06/2018  
Rodríguez-Sánchez, Carla; Sancho-Esper, Franco; Casado-Díaz, Ana; Ruiz-Moreno, Felipe; Seller-Rubio, Ricardo; Ostrovskaya, Liudmila; De Juana- Espinosa, Susana; Sartarelli, Marcello; Moreno-Izquierdo, Luis. "Análisis de las estrategias y herramientas del profesorado no nativo para impartir docencia de grado en inglés en Economía y Empresa".-,
- 9** **Título:** Drivers of price premium: The role of reputation and advertising  
**Nombre del congreso:** Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Sevilla, España  
**Fecha de realización:** 06/09/2017  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.; Sancho-Esper, F."Drivers of price premium: The role of reputation and advertising".-,
- 10** **Título:** Environmental and regional effects on hotel efficiency in Spain  
**Nombre del congreso:** Congreso Internacional de Marketing (AEMARK)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Sevilla, España  
**Fecha de realización:** 06/09/2017  
Sellers-Rubio, R.; Casado-Díaz, A.B."Environmental and regional effects on hotel efficiency in Spain".-,
- 11** **Título:** The effect of collective brand on price premium  
**Nombre del congreso:** International Academic Conference on Business  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Estocolmo, Suecia  
**Fecha de realización:** 04/06/2017  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J.; Sancho-Esper, F."The effect of collective brand on price premium".-,
- 12** **Título:** Análisis de la responsabilidad del estudiante en el proceso de evaluación continua y su implicación sobre los resultados.  
**Nombre del congreso:** REDES-INNOVAESTIC. Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria y Workshop Internacional de Innovación en Enseñanza Superior y TIC  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia



**Ciudad de realización:** Universidad de Alicante, España

**Fecha de realización:** 01/06/2017

Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R. "Análisis de la responsabilidad del estudiante en el proceso de evaluación continua y su implicación sobre los resultados." En: REDES-INNOVAESTIC. Libro de Actas. -, ISBN 978-84-617-8972-6

- 13** **Título:** El efecto del electronic word-of-mouth en la intención de reserva de un hotel  
**Nombre del congreso:** Tourism & Management Studies International Conference  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Olhao, Algarve, Portugal  
**Fecha de realización:** 16/11/2016  
Casado-Díaz, A.B.; Pérez-Naranjo, L.; Sellers-Rubio, R. "El efecto del electronic word-of-mouth en la intención de reserva de un hotel" .-,
- 14** **Título:** Predisposición a pagar por un producto sostenible: Aplicación de un modelo Heckit  
**Nombre del congreso:** AEMARK  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** León, España  
**Fecha de realización:** 07/09/2016  
Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L. "Predisposición a pagar por un producto sostenible: Aplicación de un modelo Heckit" .-,
- 15** **Título:** Analysing advertising productivity drivers: The role of collective brands  
**Nombre del congreso:** International Conference on Recent Advances in Retailing Consumer Services, EIRASS.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Edinburgh, Reino Unido  
**Fecha de realización:** 11/07/2016  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J.; Sancho-Esper, F. "Analysing advertising productivity drivers: The role of collective brands" .-,
- 16** **Título:** An exploratory study on the productivity and efficiency of Spanish and Italian wineries  
**Nombre del congreso:** Academy of Wine Business Research Conference  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Adelaide, Australia  
**Fecha de realización:** 17/02/2016  
Alampi-Sottini, V.; Sellers-Rubio, R.; Menghini, S. "An exploratory study on the productivity and efficiency of Spanish and Italian wineries" .-,
- 17** **Título:** Analysing advertising efficiency: Do collective brands matter?  
**Nombre del congreso:** XXVII Congreso de Marketing AEMARK  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Pamplona, España  
**Fecha de realización:** 09/09/2015  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J.; Sancho-Esper, F. "Analysing advertising efficiency: Do collective brands matter?" .-,



- 18** **Título:** Moderating effect of brand image on the relationship between aggregate consumer ratings and booking intentions  
**Nombre del congreso:** XXVII Congreso de Marketing AEMARK  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Pamplona, España  
**Fecha de realización:** 09/09/2015  
Casado-Díaz, A.B.; Pérez-Naranjo, L.; Sellers-Rubio, R."Moderating effect of brand image on the relationship between aggregate consumer ratings and booking intentions".-,
- 19** **Título:** Would you pay a price premium for a sustainable wine? The voice of the Spanish consumer  
**Nombre del congreso:** Sustainability of Well-being International Forum  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Forencia, Italia  
**Fecha de realización:** 04/06/2015  
Sellers-Rubio, R."Would you pay a price premium for a sustainable wine? The voice of the Spanish consumer".-,
- 20** **Título:** The impact of collective brands on the economic efficiency of experience goods producers  
**Nombre del congreso:** XXVI Congreso de Marketing AEMARK  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Elche, España  
**Fecha de realización:** 17/09/2014  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J."The impact of collective brands on the economic efficiency of experience goods producers".-,
- 21** **Título:** The importance of protected designations of origin in the wine industry  
**Nombre del congreso:** Annual Conference of the Academy of International Business  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Vancouver, BC, Canadá  
**Fecha de realización:** 23/06/2014  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F."The importance of protected designations of origin in the wine industry".-,
- 22** **Título:** The economic efficiency of wineries of protected designations of origin  
**Nombre del congreso:** Enometrics  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia invitada  
**Ciudad de realización:** Lyon, Francia  
**Fecha de realización:** 04/06/2014  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F."The economic efficiency of wineries of protected designations of origin".-,
- 23** **Título:** Analysing the efficiency drivers in appliance retail stores  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Philadelphia, Estados Unidos de América  
**Fecha de realización:** 07/07/2013  
Sellers-Rubio, R."Analysing the efficiency drivers in appliance retail stores".-,



- 24** **Título:** Is the CSR-Performance relationship contingent upon sectors?  
**Nombre del congreso:** XXIV Congreso Nacional de Marketing - AEMARK  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Palma de Mallorca, España  
**Fecha de realización:** 12/09/2012  
Casado-Díaz, A.B.; Nicolau-Gonzálbez, J.L.; Ruiz-Moreno, F.; Sellers-Rubio, R. "Is the CSR-Performance relationship contingent upon sectors?". En: Actas del XXIV Congreso Nacional de Marketing - AEMARK. -, ISBN 978-84-7356-865-4
- 25** **Título:** Impacto de las marcas colectivas en la rentabilidad de las bodegas españolas  
**Nombre del congreso:** XXIV Congreso Nacional de Marketing - AEMARK  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Palma de Mallorca, España  
**Fecha de realización:** 12/09/2012  
Sellers, R.; Mas, F.J. "Impacto de las marcas colectivas en la rentabilidad de las bodegas españolas". En: Actas del XXIV Congreso Nacional de Marketing - AEMARK. -, ISBN 978-84-7356-865-4
- 26** **Título:** La equidad de la evaluación subjetiva en el sistema de evaluación continua  
**Nombre del congreso:** Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Alicante, España  
**Fecha de realización:** 07/06/2012  
Sellers, R.; Nicolau, J.L.; Quintero, M.; Seva, P. "La equidad de la evaluación subjetiva en el sistema de evaluación continua". En: X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Ediciones ICE, ISBN 978-84-695-2877-8
- 27** **Título:** Complementariedad y Sustitución entre Actividad Docente y Eficiencia Investigadora  
**Nombre del congreso:** Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Alicante, España  
**Fecha de realización:** 07/06/2012  
Sellers-Rubio, R.; Casado-Díaz, A.B.; Mas-Ruiz, F.J.; Sancho-Esper, F.M. "Complementariedad y Sustitución entre Actividad Docente y Eficiencia Investigadora". En: X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Ediciones ICE, ISBN 978-84-695-2877-8
- 28** **Título:** El trabajo autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II  
**Nombre del congreso:** Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Alicante, España  
**Fecha de realización:** 07/06/2012  
Sancho-Esper, F.M.; Mas-Ruiz, F.J.; Sellers-Rubio, R.; Casado-Díaz, A.B.; García-Cifuentes, C.; Jorret García, I. "El trabajo autónomo como instrumento de evaluación en Dirección Comercial II". En: X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Ediciones ICE, ISBN 978-84-695-2877-8



- 29** **Título:** The efficiency of collective brands in the wine industry  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Lisboa, Lisboa, Portugal  
**Fecha de realización:** 22/05/2012  
Sellers, R.; Mas. F.J."The efficiency of collective brands in the wine industry".-,
- 30** **Título:** Industry-specific effects of CSR initiatives  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Póster  
**Ciudad de realización:** Lisboa, Lisboa, Portugal  
**Fecha de realización:** 22/05/2012  
Casado-Díaz, A.B.; Nicolau-Gonzálbez, J.L.; Ruiz-Moreno, F.; Sellers-Rubio, R."Industry-specific effects of CSR initiatives".-,
- 31** **Título:** The equity of subjective evaluations in ongoing evaluation  
**Nombre del congreso:** INTED: International Technology, Education and Development Conference  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Valencia, España  
**Fecha de realización:** 05/03/2012  
Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L."The equity of subjective evaluations in ongoing evaluation".En: INTED2012 Proceedings CD. -, ISBN 978-84-615-5563-5
- 32** **Título:** The equity of subjective evaluations in ongoing evaluation  
**Nombre del congreso:** ICERI2011 Internacional Conference of Education, Research and Innovation  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Unión Europea  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Madrid, España  
**Fecha de realización:** 14/11/2011  
Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L."The equity of subjective evaluations in ongoing evaluation".En: TECHNOLOGICAL AND EDUCATIONAL INNOVATION: THE ATTITUDE OF STUDENTS ON THE USE OF WIKI AND BLOG. -,
- 33** **Título:** Are services industries` CSR activities as good as goods`?  
**Nombre del congreso:** XXIII Congreso Nacional de Marketing  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Castellón de la Plana, España  
**Fecha de realización:** 14/09/2011  
Casado, A.B.; Nicolau, J.L.; Ruiz, F.; Sellers, R."Are services industries` CSR activities as good as goods`?".-,
- 34** **Título:** Do different types of CSR activities have different effects on service firms?  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** San Diego, CA, Estados Unidos de América  
**Fecha de realización:** 15/07/2011



Casado, A.B.; Nicolau, J.L.; Ruiz, F.; Sellers, R."Do different types of CSR activities have different effects on service firms?".-

- 35** **Título:** Does higher uncertainty in service consumption involve higher effect of social activities?  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** San Diego, CA, Estados Unidos de América  
**Fecha de realización:** 15/07/2011  
Casado, A.B.; Nicolau, J.L.; Ruiz, F.; Sellers, R."Does higher uncertainty in service consumption involve higher effect of social activities?".-
- 36** **Título:** Analysing the performance of collective brands  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** San Diego, CA, Estados Unidos de América  
**Fecha de realización:** 15/07/2011  
Sellers-Ruibio, R.; Mas-Ruiz, F.J."Analysing the performance of collective brands".-
- 37** **Título:** The zero price model in two-component tourism product  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** San Diego, CA, Estados Unidos de América  
**Fecha de realización:** 15/07/2011  
Nicolau, J.L.; Sellers, R."The zero price model in two-component tourism product".-
- 38** **Título:** Eficiencia docente universitaria: complementariedad y sustitución entre las actividades docentes, investigadoras y administrativas  
**Nombre del congreso:** JORNADAS DE REDES DE INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** universidad de Alicante, España  
**Fecha de realización:** 16/06/2011  
Sellers-Rubio, R.; Casado-Díaz, A.B.; Mas-Ruiz, F.J.; Sancho-Esper, F.M."Eficiencia docente universitaria: complementariedad y sustitución entre las actividades docentes, investigadoras y administrativas".-
- 39** **Título:** Marcas colectivas y eficiencia en el sector vinícola  
**Nombre del congreso:** Congreso Nacional de Marketing  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Oviedo, España  
**Fecha de realización:** 22/09/2010  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J."Marcas colectivas y eficiencia en el sector vinícola".-
- 40** **Título:** Patrones de evaluación continua en el aprendizaje online  
**Nombre del congreso:** VIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Póster  
**Ciudad de realización:** Alicante, España





**Fecha de realización:** 08/06/2010

Nicolau, J.L.; Sellers, R.; Merino, F.; Orgilés, A."Patrones de evaluación continua en el aprendizaje online".En: Actas de las VIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria.. -, ISBN 978-84-693-6845-9

- 41** **Título:** Considering the environment in the evaluation of retailing efficiency  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Copenhague, Dinamarca  
**Fecha de realización:** 01/06/2010  
Sellers, R.; Nicolau, J.L."Considering the environment in the evaluation of retailing efficiency".-,
- 42** **Título:** Accounting for environmental influences in retailing efficiency  
**Nombre del congreso:** World Marketing Congress (AMS. Academy of Marketing Science)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Oslo, Noruega  
**Fecha de realización:** 22/07/2009  
Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L."Accounting for environmental influences in retailing efficiency".-,
- 43** **Título:** It`s a hotel, not a lemon!  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Niagara Falls, Canadá  
**Fecha de realización:** 07/07/2009  
Nicolau, J.L.; Sellers-Rubio, R."It`s a hotel, not a lemon!".-,
- 44** **Título:** Efficiency in the tourist distribution channel: Analysing the correlates  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Niagara Falls, Canadá  
**Fecha de realización:** 07/07/2009  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J."Efficiency in the tourist distribution channel: Analysing the correlates".-,
- 45** **Título:** Análisis de la eficiencia en el sector de intermediación turístico.  
**Nombre del congreso:** Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Maspalomas. Gran Canaria., España  
**Fecha de realización:** 17/09/2008  
Mas-Ruiz, F.J.; Sellers-Rubio, R."Análisis de la eficiencia en el sector de intermediación turístico".-,
- 46** **Título:** Analysing performance in retailing: Looking for rules  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Zagreb, Croacia  
**Fecha de realización:** 14/07/2008



Sellers-Rubio, R.; Nicolau-Gonzalbez, J.L."Analysing performance in retailing: Looking for rules".-,

- 47** **Título:** Hotel service quality and performance variation  
**Nombre del congreso:** International Conference on Retailing and Consumer Services Science (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Zagreb, Croacia  
**Fecha de realización:** 14/07/2008  
Nicolau-Gonzalbez, J.L.; Sellers-Rubio, R."Hotel service quality and performance variation".-,

- 48** **Título:** My hotel will never be a lemon  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Póster  
**Ciudad de realización:** Brighton, Reino Unido  
**Fecha de realización:** 27/05/2008  
Nicolau, J.L.; Sellers, R."My hotel will never be a lemon".-,

- 49** **Título:** Economic performance in retailing: Profitability, productivity and efficiency  
**Nombre del congreso:** Congreso Nacional de ACEDE  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Fecha de realización:** 16/09/2007  
Sellers-Rubio, R. ; Mas-Ruiz, F.J."Economic performance in retailing: Profitability, productivity and efficiency".-,

- 50** **Título:** Economic performance in retailing: Profitability, productivity and efficiency  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Reykjavik, Islandia  
**Fecha de realización:** 22/05/2007  
Sellers-Rubio, R.; Mas-Ruiz, F.J."Economic performance in retailing: Profitability, productivity and efficiency".En: Proceeding of the 36th EMAC Conference. -, ISBN 997-99483-5-3

- 51** **Título:** Eficiencia vs. poder de mercado en distribución comercial minorista: Análisis en las cadenas de supermercados  
**Nombre del congreso:** XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Almería, España  
**Fecha de realización:** 21/09/2006  
Sellers, R.; Más, F.J."Eficiencia vs. poder de mercado en distribución comercial minorista: Análisis en las cadenas de supermercados".-,

- 52** **Título:** An empirical analysis of productivity growth in Spanish supermarket chains  
**Nombre del congreso:** Retailing and Consumer Services Science Conference (EIRASS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Budapest, Hungría  
**Fecha de realización:** 09/07/2006



Sellers, R.; Más, F.J."An empirical analysis of productivity growth in Spanish supermarket chains".En: Book of abstracts 13th Recent advances in Retailing and Services Science Conference. -, ISBN 90-6814-163-5

- 53** **Título:** Malmquist productivity indexes in grocery retailing: Evidence from Spain  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Atenas, Grecia  
**Fecha de realización:** 23/05/2006  
Sellers, R.; Más, F.J."Malmquist productivity indexes in grocery retailing: Evidence from Spain".-,
- 54** **Título:** Factores determinantes de la eficiencia en distribución comercial minorista  
**Nombre del congreso:** Congreso de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Vitoria, España  
**Fecha de realización:** 20/06/2005  
Más, F.J.; Sellers, R."Factores determinantes de la eficiencia en distribución comercial minorista".En: Actas XIX Congreso Nacional-XV Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM). -,
- 55** **Título:** Technical Efficiency in retailing: empirical evidence in supermarket chains  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Milán, Italia  
**Fecha de realización:** 30/05/2005  
Francisco José Más Ruiz y Ricardo Sellers Rubio. "Technical Efficiency in retailing: empirical evidence in supermarket chains".En: Actas del 34th Conference of the European Marketing Academy (EMAC). -,
- 56** **Título:** Eficiencia en distribución comercial: influencia de la concentración del mercado y del tamaño empresarial  
**Nombre del congreso:** Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Madrid, España  
**Fecha de realización:** 22/09/2004  
Mas, F.J.; Sellers, R."Eficiencia en distribución comercial: influencia de la concentración del mercado y del tamaño empresarial".-,
- 57** **Título:** Moderators of the Relationship Between Third-Party Complaints and Spanish Banking Performance  
**Nombre del congreso:** Marketing Science Conference  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Rotterdam, Holanda  
**Fecha de realización:** 24/06/2004  
Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R.; Más-Ruiz, F.J."Moderators of the Relationship Between Third-Party Complaints and Spanish Banking Performance".En: Actas del 26th Marketing Science Conference. -,



- 58** **Título:** Third-party complaints and performance in Spanish banking: the role of service quality  
**Nombre del congreso:** Conference of the European Marketing Academy (EMAC)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Murcia, España  
**Fecha de realización:** 05/06/2004  
Francisco José Más Ruíz, Ana Casado Díaz y Ricardo Sellers Rubio. "Third-party complaints and performance in Spanish banking: the role of service quality".En: Third-party complaints and performance in Spanish banking: the role of service quality. -,
- 59** **Título:** Eficiencia de la Universidad: Complementariedad y sustitución entre las actividades docentes, investigadoras y administrativas.  
**Nombre del congreso:** Simposio de Análisis Económico  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Salamanca, España  
**Fecha de realización:** 12/12/2002  
Casado-Díaz, A.B.; Sellers-Rubio, R.; Más-Ruiz, F.J."Eficiencia de la Universidad: Complementariedad y sustitución entre las actividades docentes, investigadoras y administrativas.".-,
- 60** **Título:** Eficiencia en la Distribución: Una Aplicación en el Sector de Agencias de Viajes.  
**Nombre del congreso:** Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing.  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Granada, España  
**Fecha de realización:** 18/09/2002  
Mas, F.J.; Sellers, R.; Nicolau, J.L."Eficiencia en la Distribución: Una Aplicación en el Sector de Agencias de Viajes".En: XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. -, ISBN 84-7356-319-0
- 61** **Título:** Efficiency in Distribution: An application for the travel agency sector  
**Nombre del congreso:** Multicultural Marketing Conference of the Academy of Marketing Science (AMS)  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Internacional no UE  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Valencia, España  
**Fecha de realización:** 26/06/2002  
Mas, F.J.; Sellers, R.; Nicolau, J.L."Efficiency in Distribution: An application for the travel agency sector".-,
- 62** **Título:** Valor Económico de Protección de las Patentes y Rivalidad en el Sector Eléctrico Español.  
**Nombre del congreso:** AEDEM - Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia  
**Ciudad de realización:** Alicante, España  
**Fecha de realización:** 05/06/2002  
Mas, F.J.; Sellers, R.; Nicolau, J.L."Valor Económico de Protección de las Patentes y Rivalidad en el Sector Eléctrico Español.".-,
- 63** **Título:** La Calidad y su Impacto sobre la Rentabilidad y la Volatilidad  
**Nombre del congreso:** Simposio de Análisis Económico  
**Tipo evento:** Congreso **Ámbito del congreso:** Nacional  
**Tipo de participación:** Ponencia



**Ciudad de realización:** Alicante, España

**Fecha de realización:** 14/12/2001

Nicolau; Juan L.; Sellers; Ricardo. "La Calidad y su Impacto sobre la Rentabilidad y la Volatilidad".-,

**64 Título:** Es observable la reducción de asimetrías de información sobre la calidad

**Nombre del congreso:** ACEDE

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito del congreso:** Nacional

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de realización:** Zaragoza, España

**Fecha de realización:** 16/09/2001

Sellers-Rubio, R.; Nicolau-González, J.L. "Es observable la reducción de asimetrías de información sobre la calidad". En: Actas del XI Congreso de ACEDE. -,

**65 Título:** El efecto de las características personales de la fuerza de ventas sobre el diseño del plan de motivación óptimo

**Nombre del congreso:** Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)

**Tipo evento:** Congreso

**Ámbito del congreso:** Internacional no UE

**Tipo de participación:** Ponencia

**Ciudad de realización:** Logroño, España

**Fecha de realización:** 01/06/1999

Azorín, A.; Sellers, R. "El efecto de las características personales de la fuerza de ventas sobre el diseño del plan de motivación óptimo".-,

## Experiencias en gestión de I+D+i y participación en comités científicos

### Experiencia en organización de actividades de I+D+i

**1 Título:** XX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

**Modo de participación:** Miembro del Comité Científico

**Fecha de inicio:** 17/09/2008

**2 Título:** XIX Encuentro de Profesores de Marketing

**Modo de participación:** Miembro del Comité Científico

**Fecha de inicio:** 20/09/2007

**3 Título:** XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing

**Modo de participación:** Miembro del Comité Organizador

**Fecha de inicio:** 22/09/2004



## Otros méritos

### Número de tramos de investigación reconocidos

- 1** N.º de tramos reconocidos: 1  
Ámbito: Nacional  
Fecha del reconocimiento: 01/01/2020
  
- 2** N.º de tramos reconocidos: 1  
Ámbito: Nacional  
Fecha del reconocimiento: 01/01/2014
  
- 3** N.º de tramos reconocidos: 1  
Ámbito: Nacional  
Fecha del reconocimiento: 01/01/2008