

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	07-07-2015
---------------	------------

Nombre y apellidos	MONICA GOMEZ SUAREZ		
DNI/NIE/pasaporte	50833512Q	Edad	47
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	H-7260-2015	
	Código Orcid	0000-0001-7415-3964	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Autónoma de Madrid		
Dpto./Centro	Financiación e Investigación Comercial		
Dirección	Ciudad Universitaria de Cantoblanco. Madrid. 28049		
Teléfono	914974348	correo electrónico	monica.gomez@uam.es
Categoría profesional	Profesor Titular Universidad	Fecha inicio	1999-02-08
Espec. cód. UNESCO	Marketing (Cod: 611413)		
Palabras clave	Marketing		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctora CC.Empresariales	Universidad Autónoma de Madrid	1997
Licenciada en CC.Empresariales	Universidad Autónoma de Madrid	1991

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

Nº de Sexenios: 2 (Año último Concedido: 2011)

Nº de Tesis Dirigidas: 2 (últimos 10 años)

Total de Pub. Q1: 5 (Scimago)

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

Trayectoria científica y principales logros científico-técnicos obtenidos: Mónica Gómez Suárez es Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Tiene dos tramos de investigación consecutivos reconocidos por la CNAI (2000-2005) y (2006-2011). Ha dirigido dos tesis doctorales, una de ellas premiada por la cátedra ASISA-UAM y el premio extraordinario de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la UAM. Su currículum se puede consultar en:

http://www.researchgate.net/profile/Monica_Gomez_Suarez/contributions **Citas obtenidas**

por sus publicaciones: 3598 (10/07/2015), índice h:11, índice i10: 13

https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=UarrGOIAAAAJ&view_op=list_works

Número e indicios de calidad de los artículos: 45 artículos (áreas de marketing y/o empresas). 37 publicados en revistas de reconocido prestigio, con evaluación por pares, incluidas en la mayoría de los índices de referencia de calidad en área de Ciencias Sociales. 15 en revistas internacionales JCR/SCOPUS. 22 en revistas nacionales IN-RECS. Posición en los artículos: primera firmante en 23 de los 45 trabajos. Autora única en otros 10 artículos. 3 premios de investigación por artículos.

Libros y congresos: Es autora de 7 capítulos de libros (2 internacionales) y de 2 libros (1 internacional). Editora de la versión en castellano de uno de los libros sobre Análisis Multivariante más citados en el área de Ciencias Sociales con 3255 citas en google académico (10/07/2015), publicado por Prentice Hall en 1999. Ha difundido su investigación en congresos reconocidos en el área de marketing, concretamente en 20 congresos internacionales y 19 nacionales, todos con publicación completa en libro, CD de actas e ISBN.

Proyectos y Contratos de I+D+i: 8 participaciones en proyectos competitivos (4 plan

nacional, 3 UAM y 1 Comunidad de Madrid). En 2 como Investigadora Principal. 16 contratos de investigación. En 2 como Investigadora Principal.

Movilidad internacional. Visiting Researcher/Professor en EEUU, Europa y América Latina. Destacables 6 estancias de movilidad post-doctoral en Dublin City University, Washington State University, Haas School of Business, City University of New York, New York University y University of Edimburgh. IP 2 proyectos con Universidades de América Latina; 1 estancia pre-doctoral de 5 meses en Erasmus Universiteit (Rotterdam).

Otros méritos. Ha participado como Chair en 6 congresos internacionales, forma parte del comité científico de 2 revistas internacionales (1 de ellas indexada en JCR), del comité editorial de 1 revista nacional y ha sido revisora de 15 revistas académicas (5 indexadas en JCR y 4 en Scopus). Miembro del comité científico en 18 congresos y del comité organizador de 1 de ámbito nacional. 3 conferencias internacionales invitada como ponente. Organización de 7 seminarios internacionales.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Rubio, N., Oubiña, J. y Gómez, M. 2015. Understanding brand loyalty of the store brand's customer base. *Journal of Product and Brand Management*. 24(3). (Aceptado. En prensa).
- Gómez, M. y García, C. 2014. The use of sensorial marketing stores: attracting clientes through the senses. Musso, F. Druica, E. Editores. *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development*. IGI Global. *Advances in Marketing Customer Relationship Management*, ISSN 2337-5508.
- Gómez, M.; Rozano, M. 2012. Consumer Dynamics in a Nonmature Generic Drugs Market: A Causal Model Explaining Intention to Purchase in Spain. *Therapeutic Innovation & Regulatory Science*. 46: 207 – 215
- Arancibia, S., Leguina, A., Fernández, A.; Gómez, M. 2012. Focusing resources for customer loyalty: An application to the Chilean banking industry. *African Journal of Business Management*. 6: 1100 – 1108
- Puelles, J.A.; Gómez, M.; Puelles, M. *Marcas de distribuidor: concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos*. ed: Ediciones Pirámide ; 2011. 978-84-368-2467-4 .
- Gómez, M.; Rubio, N. 2010. Re-thinking store brand attitude and store brand loyalty relationship: a simultaneous approach. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. 20(5): 515 - 534
- Gómez, M. 2009. Espacio ocupado en el lineal por las marcas de distribuidor: estimación mediante redes neuronales vs regresión múltiple. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. 41: 39 – 69
- Rozano, M.; Gómez, M.; Díaz, A. 2009. Customer perceptions of perceived risk in generic drugs: the Spanish market. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. 19: 53 – 64
- Gómez, M.; Okazaki, S. 2009. Estimating store brand shelf space A new framework using neural networks and partial least squares. *International Journal of Market Research*. 59 (2): 243 – 266
- Gómez, M. y Rubio, N. 2008. Manufacturer's characteristics that determine the choice of producing store brands. *European Journal of Marketing*. 42: 154 – 177

C.2. Proyectos

- ECO2012-15. El marketing de relaciones: la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios. Ministerio de Educación. Duración: 1-1-2012 – 31-12-2015. 40000.00. IP: YAGÜE, M.J. Participación: miembro investigador.

- Capacitación para la dirección del comercio minorista tradicional en el área de influencia de la universidad: desarrollo de estrategias y acciones de marketing. Centro de Estudios de América Latina (C.E.A.L.) UAM-Grupo Santander. 8ª Convocatoria Proyectos de Cooperación Interuniversitaria UAM-Santander con América Latina., Duración: 01-06-2013 - 31-12-2014. 8000.00. IP: GOMEZ, M. Participación: Investigadora Principal
 - CEMU-2012-034. La marca y su historia: valor económico, empresarial y social. Entidad Financiadora: U.A.M. Entidad Afiliación: UAM. Duración: 01-05-2012 - 04-30-2014. Financiación: 40000.00. IP: YAGÜE, M.J. Participación: miembro investigador.
 - Identificación de necesidades de formación del comercio minorista tradicional ubicado en las áreas de influencia de la universidad: Centro de Estudios de América Latina (C.E.A.L.). Diseño de una oferta formativa. Entidad Financiadora: UAM-Grupo Santander. 7ª Convocatoria Proyectos de Cooperación Interuniversitaria UAM-Santander con América Latina. Duración: 01-06-2011 - 12-31-2012. 12000.00. IP: GOMEZ, M., Participación: Investigadora Principal.
 - ECO2008-00488. El marketing de relaciones: del capital de marca al valor del cliente Programa: Ministerio de Ciencia e Innovación. Duración: 01-01-2009 - 12-31-2011. Financiación: 92565.00. IP: YAGÜE, M.J. (UAM). Participación: miembro investigador.
 - S2007/HUM-0413. "Orientación emprendedora e innovación: información, flexibilidad y mercados" Conserjería de Educación de la Comunidad de Madrid. Programa de Actividades de I+D entre grupos de investigación de la CM en Socio-economía, Humanidades y Derecho. Duración, desde: 01-01-2008 hasta: 31-12-2011. 424000.00. IP: GUTIÉRREZ, M.I. Participación: miembro investigador.
 - SEJ2005-06105/ECON. Gestión de las promociones y de las marcas de distribución para un desarrollo eficiente de la estrategia de marketing del minorista. Entidad financiadora: Ministerio de Educación y Ciencia. Programa Sectorial de Promoción del Conocimiento. Universidad de Valencia, Universidad de Castilla-La Mancha, UAM. 54.900.00. Duración, desde: 15-10-2005 hasta: 14-10-2008. IP: Mollá, A. Participación: miembro investigador.
-

C.3. Contratos

- Satisfacción del usuario de instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Madrid. Ayuntamiento de Madrid y Excellenium. 5500.00. Desde: 15-09-2009 hasta: 30-3-2010. IP: Gómez, M. Participación como Investigador Principal.
- Estudio sobre los Inmigrantes en Madrid. EMA 4 PROYECTOS S.L. Cuantía: 21896.00. Desde: 1-05-2008 hasta: 30-06-2008. IP: Gómez, M. y Fernández, A. Participación como Investigador Principal.
- Regional brand loyalty: An empirical study of Spanish wine consumption (japonés). Shokuseikatsu kagaku, bunka oyobi kankyō ni kansuru kenkyū josei kenkyū kiyōu Empresa/Administración financiadora: Asahi Brewery Foundation. Desde: 1-1-2006 hasta: 31-05-2007. IP: Okazaki, S. Participación como miembro investigador.
- Informe técnico sobre los pretendidos riesgos de asociación y confusión, aprovechamiento de esfuerzo ajeno y dilución de marca. ALTADIS. 6960.00. Desde: 1-4-2006 hasta: 1-5-2006. IP: Yagüe, M.J. Participación como miembro investigador.

C.4. Contribuciones a congresos de investigación

PL&NB (2015); Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica (2009 y 2011); AEMARK (2008, 2010); IAMB (2010), IAPNM (2009), European Marketing Academy (2009, 2010)

C.5 Dirección de trabajos

- Tesis Doctoral: Influencia de las diferencias culturales en la percepción de un sitio web un estudio comparativo entre Estados Unidos, México y España. Centro: Universidad Autónoma de Madrid. Fecha: 11-01-2010. Calificación: Sobresaliente Cum Laude

(unanimidad).

- Tesis Doctoral: Riesgo percibido en medicamentos genéricos comportamiento del consumidor en el mercado español. Centro: Universidad Autónoma de Madrid. Fecha: 03-18-2009. Calificación: Sobresaliente Cum Laude (unanimidad).

C.6. Participación en tareas de evaluación

Revisora: Journal of Consumer Behaviour (2014); Tourism Management (2014), Journal of Business Economics and Management (2014); Business Research Quarterly (anteriormente CEDE) (2002-2012); Cuadernos de Gestión (2007-2010); International Journal of Retailing and Distribution Management (2005-2010); Journal of Retailing and Consumer Services (2005-2010); Revista Española de Investigación y Marketing (1999-2015), entre otras. Miembro de Comisión de Premios Junior de Investigación. AEDEMO (2003-2012); Comisión Premios de Licenciatura ITM AEDEMO (2004-2009); Jurado I Premio Dyane (2006); Miembro Comisión Tesis Doctorales. Facultad de CC. Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid (cursos 2001-2002 y 2011-2012)

C.7. Miembro de comités internacionales

Comité científico Revista Portuguesa de Marketing, desde 1-1-2009. Comité científico INNOVAR Journal, desde 1-1-2010. Comité científico European Marketing Academy Congress (EMAC) 1-6-2004 hasta 31-1-2014.

C.8. Gestión de la actividad científica

Coordinadora del Grupo de Investigación reconocido por la UAM: Investigación del Comportamiento del Consumidor mediante Nuevas Tecnologías (E-38).

C.9. Comités editoriales

Revista: Investigación y Marketing. Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión. AEDEMO desde 1-1-2007.

C.10 Premios

Best Paper VIII International Congress. International Association on Public and Non-profit Marketing (IAPNM 2009).

II Premio Dyane (Aemark, 2007).

Ayuda para la Investigación Económica-Empresarial (2010). Facultad de CC. Económicas y Empresariales. UAM).

Ayuda para el Desarrollo y Difusión de las Investigaciones (2007). Facultad de CC. Económicas y Empresariales. UAM).

Tutora del trabajo "Experiencia de Compra inteligente" de Risco, L.: II Premio AECOP (2013) y XVIII Premio Junior AEDEMO (2014).

Directora de Tesis "": Premio Mejor Tesis Doctoral, Facultad de CC. Empresariales. UAM (2009) y VI Premio UAM-Asisa Award al trabajo de Rozano, M.

Premio Mejor Tesis Doctoral, Facultad de CC. Empresariales. UAM (1997)

C.8. Otros méritos

Directora de 3 proyectos educativos de innovación y miembro de otros 2. Vicedecana de Posgrado. Facultad de CC. Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid (2004-2006).

Coordinadora de la Licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado. UAM (2001-2011). Directora del Master en Marketing UAM (2004-2009). Coordinadora del mismo (1999-2004). Miembro de la Asociación de Marketing Académico y Profesional (AEMARK)