

Curriculum vitae abreviado de Ignacio Redondo Bellón

Catedrático de Universidad

Departamento de Financiación e Investigación Comercial

Universidad Autónoma de Madrid Email:

ignacio.redondo@uam.es

Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados

ORCID: 0000-0002-0550-5556

ScopusID: 55168424000

ResearcherID: W-1486-2017

ESTUDIOS

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid, tras haber defendido en 1995 la tesis titulada “El Alcance y la Distribución de Contactos Publicitarios”.

EXPERIENCIA DOCENTE

Profesor Asociado en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid, desde octubre de 1993 hasta noviembre de 2000.

Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Financiación e Investigación Comercial de la citada Facultad, desde noviembre de 2000 hasta la septiembre de 2021.

Catedrático de Universidad en el Departamento de Financiación e Investigación Comercial de la citada Facultad, desde septiembre de 2021 hasta la actualidad.

LIBROS PUBLICADOS

Tellis Gerard J., and Redondo, Ignacio (2003), *Estrategias de Publicidad y Promoción*, Madrid, Pearson.

Redondo, Ignacio (2000), *Marketing en el Cine*, Madrid, Pirámide-ESIC.

ARTÍCULOS PUBLICADOS

Redondo I., & Serrano D. (2025). Incentivizing video-on-demand subscription intention through tiered discounts and anti-piracy messages. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(1), 9.

Redondo, I., & Serrano, D. (2024). Authorized and unauthorized consumption of SVOD content: Modeling determinants of demand and measuring effects of enforcing access control. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(1), 467–485.

Redondo, I., & Serrano, D. (2023). Giants with Feet of Clay? An Inquiry into User Payment Patterns for Subscription Video-on-Demand Services. *Administrative Sciences*, 13(5):122.

- Redondo, I., & Aznar, G. (2023). Whitelist or leave our website! Advances in the understanding of user response to anti-ad-blockers. *Informatics*, 10(1), 30.
- Redondo, I., & Aznar, G. (2021). Responses to anti-adblock filters: theoretical foundations, influential factors, and managerial implications. *Journal of Business Economics and Management*, 22(1), 42–60.
- Redondo, I., & Aznar, G. (2018). To use or not to use ad blockers? The roles of knowledge of ad blockers and attitude toward online advertising, *Telematics and Informatics*, 35, 1607–1616.
- Redondo, I., Russell, C.A., & Bernal, J. (2018). To brand or not to brand a product placement? Evidence from a field study of two influence mechanisms of positive portrayals of alcohol in film, *Drug and Alcohol Review*, 37, S366–S374.
- Redondo, I., & Puelles, M. (2017). The connection between environmental attitude-behavior gap and other individual inconsistencies: A call for strengthening self-control, *International Research in Geographical and Environmental Education*, 26, 107–120.
- Redondo, I., & Bernal, J. (2016). Product placement vs. conventional advertising: The impact on brand choice of integrating promotional stimuli into movies. *Journal of Promotion Management*, 22, 773–791.
- Redondo, I. (2015). Assessing the risks associated with online lottery and casino gambling: A comparative analysis of players' individual characteristics and types of gambling. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 13(5), 584–596.
- Redondo, I., & Charron, J.-P. (2013). The payment dilemma in movie and music downloads: An explanation through cognitive dissonance theory. *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, N° 5, pp. 2037-2046.
- Redondo, I. (2012). The Behavioral Effects of Negative Product Placements in Movies. *Psychology and Marketing*, Vol. 29, N° 8, pp. 622-635.
- Redondo, I. (2012). The effectiveness of casual advergames on adolescents' brand attitudes. *European Journal of Marketing*, Vol. 46, N° 11/12, pp. 1671-1688.
- Redondo, I. (2012). Assessing the Appropriateness of Movies as Vehicles for Promoting Tourist Destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 29, pp. 714-729.
- Redondo, I., & Holbrook, M. B. (2010). Modeling the appeal of movie features to demographic segments of theatrical demand. *Journal of Cultural Economics*, Vol. 34, N° 4, pp. 299-315.
- Redondo, I., & Holbrook, M. B. (2008). Illustrating a systematic approach to selecting motion pictures for product placements and tie-ins. *International Journal of Advertising*, Vol. 27, N° 5, pp. 691-714.

OTROS MÉRITOS

1. Coordinador del Grupo de Investigación “Marketing del Entretenimiento. aprobado por Consejo de Gobierno de la Universidad Autónoma de Madrid el 14 de julio de 2009, e inscrito en el Registro de Grupos de Investigación de la UAM.
2. Reconocimiento de cinco sexenios de investigación (1994-1999, 2000-2005, 2006-2011, 2012-2017 y 2018-2023).
3. Vicedecano de Investigación y Relaciones Institucionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2008-2010).

Fecha del CVA	06/02/2025
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre *	Jaime		
Apellidos *	Romero de la Fuente		
URL Web			
Dirección Email	jaime.romero@uam.es		
Identificador científico	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) *	0000-0002-7563-2964	
	Researcher ID	E-2080-2012	
	Scopus Author ID	9634013100	

* Obligatorio

A.4. Indicadores generales de calidad de la producción científica
3 Sexenios de investigación CNEAI (2005-2010, 2011-2016, 2017-2022)

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citas

- 1 Artículo científico. Loureiro, S.M.C.; Jiménez-Barreto, J.; Bilro, R.G.; Romero, J. 2024. Me and my AI: Exploring the effects of consumer self-construal and AI-based experience on avoiding similarity and willingness to pay. PSYCHOLOGY AND MARKETING. 41-1, pp.151-167.
- 2 Artículo científico. Quiñones, M.; Romero, J.; Schmitz, A.; Díaz-Martín, A. 2024. What factors determine the intention to use and recommend public autonomous shuttles in a real-life setting?. EUROPEAN JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS.
- 3 Artículo científico. Ruiz-Equihua, D.; Casalo, L.V.; Romero, J. 2023. Company size, online reviews and customer responses: implications for SMEs in the hospitality field. JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM TECHNOLOGY. 14-3, pp.490-502.
- 4 Artículo científico. Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Loureiro, S.M.C.; Ali, M. 2023. Human-robot interactions in the restaurant setting: the role of social cognition, psychological ownership and anthropomorphism. INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT. 35-6, pp.1966-1985.
- 5 Artículo científico. Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Casalo, L.V.; Loureiro, S.M.C. 2023. Smart speakers and customer experience in service contexts. PSYCHOLOGY AND MARKETING. 40-11, pp.2326-2340.

- 6 Artículo científico. Ruiz-Equihua, D.; Casaló, L.V.; (3/3) Romero, J.2022. How old is your soul? Differences in the impact of eWOM on Generation X and millennials. JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM INSIGHTS. 5-3, pp.553-566. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2020-0193>
- 7 Artículo científico. Jiménez-Barreto, J.; Loureiro, S.M.C.; Rubio, N.; (4/4) Romero, J.2022. Service brand coolness in the construction of brand loyalty: A self-presentation theory approach. JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES. 65, pp.102876. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102876>
- 8 Artículo científico. Guerreiro, J.; Loureiro, S.M.C.; (3/5) Romero, J.; Itani, O.; Eloy, S.2022. Transhumanism and Engagement-Facilitating Technologies in Society. JOURNAL OF PROMOTION MANAGEMENT. 28-5, pp.537-558. <https://doi.org/10.1080/10496491.2021.2009615>
- 9 Artículo científico. (1/2) Romero, J.; Lado, N.2021. Service robots and COVID-19: exploring perceptions of prevention efficacy at hotels in generation Z. INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT. 33-11, pp.4057-4078. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1214>
- 10 Artículo científico. (1/4) Romero, J.; Ruiz-Equihua, D.; Loureiro, S.M.C.; Casaló, L.V.2021. Smart Speaker Recommendations: Impact of Gender Congruence and Amount of Information on Users' Engagement and Choice. FRONTIERS IN PSYCHOLOGY. 12, pp.659994. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.659994>
- 11 Artículo científico. (1/2) Romero, J.; Ruiz-Equihua, D.2020. Be a part of it: promoting WOM, eWOM, and content creation through customer identification. SPANISH JOURNAL OF MARKETING - ESIC. 24-1, pp.55-71. <https://doi.org/10.1108/SJME-11-2019-0092>
- 12 Artículo científico. Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Casaló, L.V.2020. Better the devil you know? The moderating role of brand familiarity and indulgence vs. restraint cultural dimension on eWOM influence in the hospitality industry. JOURNAL OF HOSPITALITY MARKETING & MANAGEMENT. 19-3, pp.310-328. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1630698>
- 13 Artículo científico. Loureiro, S.M.C.; Jiménez-Barreto, J.; Romero, J.2020. Enhancing brand coolness through perceived luxury values: Insight from luxury fashion brands. JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES. 57-November, pp.102211. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102211>
- 14 Artículo científico. López-Tenorio, P.J.; Romero, J.2020. Investors' response to advertising: the role of media. JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. 36-15-16, pp.1505-1526. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1767680>
- 15 Artículo científico. Loureiro, S.M.C.; (2/3) Romero, J.; Bilro, R.G.2020. Stakeholder engagement in co-creation processes for innovation: A systematic literature review and case study. JOURNAL OF BUSINESS

RESEARCH. 119, pp.388-409.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.038>

- 16 Artículo científico. (1/3) Romero, J.; Cruz, I.; Charron, J.P.2020. The myth of price convergence under economic integration: A proposed explanation for the difference in food prices across European countries. EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL. 38-2, pp.267-276. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.10.002>

C.2. Congresos

- 1 Ruiz-Equihua, D.; Jiménez-Barreto, J.; Romero, J.. How submissive (vs. dominant) language in AI-based assistants shapes consumer attitudes, intentions, and perceptions. 53rd European Marketing Academy Conference (EMAC). 2024. Rumanía. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 2 Romero, J.; Jiménez-Barreto, J.; Ruiz-Equihua, D.. How language shapes master-servant interactions: exploring the consumer-virtual assistant assemblage. XXXIV Congreso Internacional AEMAR. 2023.
- 3 Ruiz-Equihua, D.; Casaló, L.V.; Romero, J.. Customer engagement in humanrobot interactions: the role of psychological ownership, cost reduction, and service enhancement. Airsi 2023. 2023.
- 4 Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Casaló, L.V.; Loureiro, S.M.C.. The role of automated social presence and psychological ownership on customer responses towards smart speakers in service interactions. XXXIII Congreso Internacional AEMARK. 2022. España.
- 5 Schmitz, A.; Romero, J.; Quiñones, M.; Díaz-Martín, A.M.. Shared Autonomous Vehicles:say hello to the new kids on the road. AIRSI 2021. 2021. España.
- 6 Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Casaló, L.V.. The moderating role of online review usefulness on the relationship between online review valence and customer attitude. Global Conference on Services and Retail Management. 2021.
- 7 Ruiz-Equihua, D.; Casaló, L.V.; Romero, J.. The Bigger the better: understanding the moderating role of firm size in eWOM processes in the hospitality industry. 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications. 2021.
- 8 Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Casaló, L.V.. Does familiarity and culture matter? An analysis of EWOM processes. XXXII Congreso Internacional AEMARK. 2019. España.
- 9 Romero, J.; Zhang, J.; van der Lans, R.; Hess, M.. Customer Acquisition via daily deal promotions and a comparison with alternative acquisition methods. 41th INFORMS Marketing Science Conference. 2019. Italia. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 10 Ruiz-Equihua, D.; Romero, J.; Casalo, L.V.. Understanding the role of brand familiarity and culture on eWOM processes. International Conference on Corporate and Marketing Communications. 2019. Israel.

C.3. Proyectos y Contratos

- 1 Proyecto. PID2023-147414OB-I00, Customer value management through AI digital marketing assistants. Romero, J.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/09/202431/08/2027. 93.750 €.
- 2 Proyecto. Canales disruptivos en las relaciones organización-cliente - Los Asistentes Virtuales como agentes en los procesos de

- compra. Rubio Benito, N.(Universidad Autónoma de Madrid). 10/01/2023-10/01/2025. 40.951 €.
- 3 Proyecto. Customer journey design: touchpoint automation through Artificial intelligence. Ministerio de Ciencia e Innovación. Romero, J.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/09/2021-30/08/2024. 27.757,4 €.
 - 4 Proyecto. Efectividad de la publicidad en la comunicación de la extensión del uso del producto a otras situaciones. Carolan Research Institute. Romero, J.(Universidad Carlos III de Madrid). 01/01/2020-30/09/2020. 10.000 €.
 - 5 Proyecto. ECO2015-69103-R, La experiencia de compra multicanal en la construcción del valor del cliente. Ministerio de Economía y Competitividad. Rubio Benito, N.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/01/2016-31/12/2018. 52.756 €.
 - 6 Proyecto. ECO2014-59356-P, La co-creación de valor y las estructuras de los canales del comercio móvil.. Ministerio de Economía y Competitividad. Campo Martínez, S.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/01/2015-31/12/2017. 30.250 €.
 - 7 Proyecto. ECO2012-31517, El marketing de relaciones la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios. Ministerio de Economía y Competitividad. Yagüe Guillén, M.J.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/01/2013-31/12/2015.
 - 8 Proyecto. ECO2011-30105, Desafíos y oportunidades para el comercio electrónico mediante internet móvil. Ministerio de Economía y Competitividad. Okazaki, S.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/01/2012-31/12/2014. 69.877 €.
 - 9 Proyecto. CEMU-2012-034, La marca y su historia: valor económico, empresarial y social. Universidad Autónoma de Madrid. Yagüe Guillén, M.J.(Universidad Autónoma de Madrid). 05/01/2012-30/04/2014. 40.000 €.
 - 10 Proyecto. Incorporación de la lógica dominante de los servicios (IDS) a la modelización del capital cliente (CC) en mercados minoristas de bienes de consumo. Influencia del capital de marca (CM), el capital valor (CV) y el capital relacional (CR). Fundación Ramón Areces. Rubio,N.(Universidad Autónoma de Madrid). 01/01/2012-31/12/2013. 36.000 €.

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	22/10/2025
----------------------	------------

Nombre y apellidos	ALICIA IZQUIERDO YUSTA		
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID (*)	L-1489-2017	
	SCOPUS Author ID(*)	1261593	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) **	0000-0001-5894-6577	

(*) Al menos uno de los dos es obligatorio

(**) Obligatorio

A.1. Situación profesional actual

Organismo	UNIVERSIDAD DE BURGOS		
Dpto./Centro	DEP. DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
Dirección	PL. INFANTA ELENA S/N		
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	22/07/2021

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licencia de CC-EE y EE	Universidad de Valencia	1987
Doctor en Economía	Universidad de Burgos	2006
Título Propio de Experto Universitario en Auditoría de Cuentas	Universidad de Burgos	1998
Master Business Administration (MBA)	Escuela Europea de Negocios	1993

RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

3 Sexenios de Investigación (2004-2010; 2011-2017; 2018-2023)

4 Tesis Doctorales dirigidas, una de ellas con Mención de Doctorado Internacional

1 Tesis en depósito

50 artículos publicados en revistas indexadas del área de Marketing, Psicología, Alimentación y Organización de Empresas, 38 de ellos en revistas en JCR (Clarivate Analytics); 5 (Q1); 10 (Q2); 6(Q3); 4 (Q4); 28 artículos en SJR, SCOPUS: 14 (Q1); 9 (Q2); 6 (Q3); 4 (Q4).

17 capítulos de libros

Más de 50 comunicaciones presentadas en Congresos Nacionales o Internacionales

Participación en 1 Proyecto Europeo; 1 proyecto de Investigación Nacional; 4 Proyectos Art. 83; 7 Proyectos autonómicos de la Comunidad Autónoma de la Rioja o de Castilla y León, de los cuales en 1 he sido la IP.

Citas totales: 1889; índice h = 22; Índice i 10 = 33

Revisora de Computer and Human Behavior; Journal of Consumer Behaviour, Journal of Retailing and Consumer Services; Tourism Management, Telematics and informatic, Brithis Food Journal, Appetite, entre otras.

Premio a la Mejor Tesis Doctoral, 2006 AEMARK

Premio Hermes de la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos (2009)

Accesit Centro de Estudios Financiero en Educación y Nuevas Tecnologías (2017)

20 años impartiendo docencia en diferentes asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados en los estudios de Diplomatura, Licenciatura, Grados, Master Universitario en Investigación; MBA; Master en Economía Circular; Master en Enoturismo y Títulos Propios de la Universidad de Burgos.

Reconocimiento de 3 tramos de docencia en el Programa de Evaluación DOCENTIA (Destacada)

Profesor visitante en ESSCA École Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers (Francia) y Paris (Francia).

Estancia de Investigación (Mayo-Julio, 2010) Wester Michigan University, Kalamzoo USA

Estancia de Investigación (Junio-Septiembre, 2019) Universidad del Salento, Lecce, (Italia)

Evaluadora de la Agencia Andaluza (DEVA)

Evaluadora de la Agencia de la Comunidad Valenciana

Coordinadora del Grado de Administración y Dirección de Empresas (2 años)



Coordinadora del Grado en Turismo (8 años)
Miembro de la Junta de Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Directora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados
Coordinadora de Movilidad SICUE para el Grado de Turismo en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Miembro del Jurado de los Premios de investigación del Centro de Estudios Financieros (2020; 2021)

Publicaciones

1. MARTÍNEZ-RUIZ, M.P.; RUIZ-PALOMINO, P.; IZQUIERDO YUSTA, A. PICK, D. (2023) The influence of food values on satisfaction and loyalty: Evidence obtained across restaurant types. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 33.
2. IZQUIERDO-YUSTA, A.; Martínez-Ruiz, M.P.; Pérez Villarreal, H.H. (2022) Studying the impact of food values, subjective norm and brand love on behavioral loyalty, *Journal of Retailing and Consumer Service* Vol 65, pp 1028850 <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102885>
3. IZQUIERDO-YUSTA, A.; Gómez Cantó, C.M; Martínez-Ruiz, M.P.; Pérez Villarreal, H.H. (2020) The influence of food values on post-purchase variables at food establishments, *British Food Journal*, Vol. 122 (7), pp. 2061-2076, DOI 10.1108/BFJ-06-2019-0420
4. PÉREZ-VILLARREAL, H.H, MARTÍNEZ-RUIZ, M. P., IZQUIERDO-YUSTA, A. (2019). Testing model of purchase intention for fast food in Mexico: how do consumers react to food values, positive anticipated emotions, attitudes toward the brand, and attitudes toward to eating hamburgers?. *Foods*, Vol. 8(9) <https://doi.org/10.3390/foods8090369>.
5. IZQUIERDO-YUSTA, A.; GÓMEZ-CANTÓ, C.M.; PELEGRIN-BORONDO, J, MARTINEZ-RUIZ, M^aP. (2019). Consumers' behaviour in fast-food restaurants: a food value perspective from Spain. *British Food Journal*, Vol 121 (2), pp. 286-399
6. KAMRAN DISFANI, O.; MANTRALA, M.; IZQUIERDO-YUSTA, A.; MARTÍNEZ-RUIZ, M^aP. (2017) The impact of retail store format on the satisfaction-loyalty link: an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 77, pp. 14-22, ISSN 01482963
7. MARTÍNEZ-RUIZ, M. P., IZQUIERDO-YUSTA, A., OLARTE-PASCUAL, C., & REINARES-LARA, E. (2017). Do Affective Variables Make a Difference in Consumers Behavior Toward Mobile Advertising? *Frontiers in Psychology*, 7, 2018. doi: 10.3389/fpsyg.2016.02018.
8. IZQUIERDO-YUSTA, A., OLARTE-PASCUAL, C., & REINARES-LARA, E. (2015): Attitudes toward mobile advertising among users versus non-users of the mobile internet. *Telematics and Informatics* 32 (2): 355-366. DOI: 10.1016/j.tele.2014.10.001.
9. JIMÉNEZ-ZARCO, A.I.; GONZÁLEZ-GONZÁLEZ, I. IZQUIERDO-YUSTA, A.; MARTÍNEZ-RUIZ, M^aP. (2015) New service innovation success: analysing the influence of performance indicator nature *Computers in Human Behavior*, 51, pp. 1024-1031 ISSN 0747-5632
10. LLODRÁ-RIERA, I.; JIMÉNEZ-ZARCO, A.I.; MARTÍNEZ RUIZ, M^aP.; IZQUIERDO-YUSTA, A. (2015) A multidimensional analysis of the formation sources construct and its relevance for destination image formation. *Tourism Management*, 48, pp. 319-328. ISSN 0261-5177
11. IZQUIERDO-YUSTA, A.; MARTÍNEZ-RUIZ, M^a P.; ALVAREZ-HERRANZ, A. (2014). What differentiates internet shoppers from internet surfers?. *The Service Industries Journal*, 34/6, pp. 530-549, ISSN 1743-9507

C.2. Proyectos

1. **.-Nombre del proyecto:** Lost Millennials. Transnational research network for the evaluation of initiatives targeting 25+ NEETs. **Ámbito geográfico:** Internacional. **Nombres investigadores principales (IP, Co-IP):** Juan B. Delgado García **Entidades Participantes** 6; **Nº de investigadores/as:** 25 **Cód. V04Y08** **Fecha de inicio-fin:** 01/01/2022- 31/12/2023 **Duración:** 3 años **Régimen de dedicación:** Tiempo completo.



2. **.-Nombre del proyecto:** Planificación e implementación de estrategias de gestión óptimas del PDV físico, online y móvil a partir de las TIC y la innovación Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.). Ámbito geográfico: Nacional Nombres investigadores principales (IP, Co-IP): M^a PILAR MARTÍNEZ RUIZ N^o de investigadores/as: 8 Cód. según financiadora: ECO2014-59688-R Fecha de inicio-fin: 01/01/2015 - 31/12/2017 Duración: 3 años Régimen de dedicación: Tiempo completo
3. **Nombre del proyecto:** Influencia y efecto de las nuevas posibilidades de comunicación comercial a través del teléfono móvil Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.). Ámbito geográfico: Nacional Nombres investigadores principales (IP, Co-IP): M^a CRISTINA PASCUAL OLARTE N^o de investigadores/as: 4 Cód. según financiadora: API09/01 Fecha de inicio-fin: 01/01/2010 - 31/12/2010 Duración: 1 año Régimen de dedicación: Tiempo completo
4. **Nombre del proyecto:** INFLUENCIA Y EFECTO DE LAS NUEVAS POSIBILIDADES DE COMUNICACIÓN Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.). Ámbito geográfico: Nacional 2d2aabf8a47c0d083ad2713d421a7ba6 . Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,); M^a CRISTINA PASCUAL OLARTE N^o de investigadores/as: 3 Entidad/es financiadora/s: COMUNIDAD AUTONOMA DE LA RIOJA Fecha de inicio-fin: 01/01/2009 - 31/12/2009 Duración: 1 año Cuantía total: 5.330 € Régimen de dedicación: Tiempo completo
5. **Nombre del proyecto:** INFLUENCIA DE LAS GUÍAS DE PRODUCTOS SOBRE EL PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR FINAL: MECANISMOS DE CONTROL VS MECANISMOS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.). Ámbito geográfico: Nacional Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Agustín V. Ruíz Vega N^o de investigadores/as: 7 Entidad/es financiadora/s: COMUNIDAD AUTONOMA DE LA RIOJA Fecha de inicio-fin: 18/07/2002 - 17/07/2003 Duración: 1 año Cuantía total: 11.000 € Régimen de dedicación: Tiempo completo 2d2aabf8a47c0d083ad2713d421a7ba6 5
6. **Nombre del proyecto:** IMPLICACIONES DEL VALOR DE MARCA LA RIOJA SOBRE EL PROCESO DE COMPRA DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS Modalidad de proyecto: De investigación fundamental (incluyendo excavaciones arqueológicas, etc.). Ámbito geográfico: Otros Nombres investigadores principales (IP, Co-IP): Agustín V. Ruíz Vega N^o de investigadores/as: 7 Entidad/es financiadora/s: COMUNIDAD AUTONOMA DE LA RIOJA Fecha de inicio-fin: 01/01/2001 - 31/12/2001 Duración: 1 año Cuantía total: 11.000 € Régimen de dedicación: Tiempo completo

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

1. **Nombre del proyecto:** Convenio marco de colaboración entre el Ayuntamiento de Burgos, la Diputación de Burgos y la Universidad de Burgos, para la promoción turística y la puesta en marcha del observatorio de turismo de la ciudad y Provincia de Burgos. Modalidad de proyecto: De investigación industrial Ámbito geográfico: Otros Grado de contribución: Investigador/a Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): PABLO ARRANZ VAL N^o de investigadores/as: 6 Fecha de inicio: 05/03/2013-2014 70.000 euros
2. **Nombre del proyecto:** ESTUDIO TÉCNICO QUE SIRVA DE BASE DEL PLAN GENERAL DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE LA RIOJA Modalidad de proyecto: De investigación industrial Ámbito geográfico: Autonómica Grado de contribución: Investigador/a 2d2aabf8a47c0d083ad2713d421a7ba6 6 Nombres investigadores principales (IP, Co-IP,...): Agustín V. Ruíz Vega N^o de investigadores/as: 10 Entidad/es financiadora/s: COMUNIDAD AUTONOMA DE LA RIOJA Fecha de inicio: 24/11/2005 Duración: 7 meses - 6 días Cuantía total: 12.000 €

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	06-06-25
---------------	----------

Nombre y apellidos	ANA MARIA DIAZ MARTIN		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	H-8977-2015	
	Código Orcid	0000-0002-7190-3018	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Autónoma de Madrid		
Dpto./Centro	Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CCEE y EE		
Dirección	Ciudad Universitaria de Cantoblanco. Madrid. 28049		
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	2020-20-12
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctorado. DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	Universidad de Oviedo	1997

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

Nº de Sexenios: 4 (Año último Concedido: 2019)

1 tramo de transferencia

Nº de Tesis Dirigidas: 4

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

Mi actividad investigadora se ha desarrollado dentro del área de Comercialización e Investigación de Mercados, primero en la Universidad de Oviedo (noviembre 1993-septiembre 2006) y después en la Universidad Autónoma de Madrid (septiembre 2006-actualidad).

Esta actividad ha estado estrechamente ligada a la del Grupo de Investigación de Mercados y Diseño de Políticas de Marketing de la Universidad de Oviedo, del que formé parte más de una década. En la actualidad soy miembro de INNOGROUP (equipo multidisciplinar integrado por 8 grupos de investigadores universitarios) y formo parte del Grupo de Investigación en Comportamiento del Consumidor mediante Nuevas Tecnologías, en el que colaboran 9 investigadores de 3 universidades: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Castilla La Mancha y City University of New York.

En el campo del Marketing de Servicios mis investigaciones se han centrado en dos sectores: el turismo y la distribución minorista. En el primer caso, la experiencia y los conocimientos adquiridos a través de la realización de la tesis doctoral me llevaron a codirigir la tesis titulada "El Marketing de Relaciones como Fuente de Ventaja Competitiva en el Sector Turístico: Una Aplicación a las Agencias de Viaje Minoristas", defendida por Leticia Suárez Álvarez y merecedora del premio a la Mejor Tesis Doctoral en el XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing (2004). Con respecto a la distribución comercial, la colaboración en un proyecto sobre la calidad de los servicios prestados por detallistas y en un estudio sobre la formación en dicho sector, sentaron las bases para codirigir la tesis titulada "El Riesgo Percibido por el Consumidor. Una Aplicación Empírica a la Elección de Marcas del Distribuidor", de la cual es autora Celina González Mieres y que recibió el premio a la Mejor Tesis Doctoral en el XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing (2002). Este trabajo me permitió participar como investigador principal en un estudio financiado a través del Plan de I+D+I del Principado de Asturias 2001-04 sobre el consumo de medicamentos genéricos.

La financiación obtenida por los grupos de investigadores con los que he colaborado en diferentes convocatorias del Plan Nacional I+D+I, me ha permitido abrir líneas de investigación complementarias a la de la calidad del servicio, como por ejemplo la gestión de los fallos y el abandono en los servicios, la innovación en el sector turístico y la marca.

A continuación, se presentan algunos datos a modo de resumen:

- 4 Tesis Doctorales dirigidas.
- 2 estancias de investigación (1 de ellas en un centro extranjero, 7 meses).
- Participación activa en proyectos de investigación competitivos y experiencia relevante en contratos con empresas.

Publicaciones:

Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Ana_Diaz-Martin

Scholar Google:

https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=cxOGcWYAAAAAJ&sortby=pubdate&scilu=&scisig=AMD79ooAAAAAXGQzBReOG9xOifZXiE8GCB5AYHI9L7b8&qmla=AJsN-F7k2jCaCIAWg90u5E0jqengQqkzt2CCCAMuNdrXV3CWprQNGlp_o0Agqo8WVbMdERTlpLz-9_Bp431gY6_wvYw0C0PXSYL-Wu41ur0EnsLuw35ZV-w-zU-xcSNUxAgY30T_pHWM&sciund=9636162391925219230

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones (últimos 10 años)

SARA CAMPO.; ANA M^a DÍAZ. y M^a JESÚS YAGÜE.

“Hotel innovation and performance in times of crisis”.

INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT

CLAVE: A Vol. 26, 2014, pp. 1292 - 1311

SARA CAMPO.; ANA M^a DÍAZ. y M^a JESÚS YAGÜE.

“Market orientation in mid-range service, urban hotels: How to apply the MKTOR instrument”

INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT.

CLAVE: A Vol. 43, 2014, pp. 76 - 86

SHINTARO. OKAZAKI, ANA M^a DÍAZ-MARTÍN, MERCEDES ROZANO y HÉCTOR MENÉNDEZ-BENITO

“How to Mine Brand Tweets: Procedural Guidelines and Pretest”

INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH

CLAVE: A Vol. 56, N^o 4, 2014, pp. 467-488

SHINTARO. OKAZAKI, ANA M^a DÍAZ-MARTÍN, MERCEDES ROZANO y HÉCTOR MENÉNDEZ-BENITO

"Using Twitter to Engage with Customers: A Data Mining Approach"

INTERNET RESEARCH

CLAVE: A Vol. 25 (3), 2015, pp. 416-434

LETICIA SUÁREZ-ÁLVAREZ, ANA BELÉN DEL RÍO-LANZA, RODOLFO VÁZQUEZ-CASIELLES y ANA MARÍA DÍAZ-MARTÍN

“Switching Barriers in Online Travel Agencies: The Impact on Positive Word of Mouth”

TOURISM ANALYSIS

CLAVE: A Vol. 24 (2), 2019, pp. 213-225

IGNACIO CRUZ ROCHE, ANA M^a DÍAZ MARTÍN, MÓNICA GÓMEZ SUÁREZ, MYRIAM QUIÑONES GARCÍA y ANNE SCHMITZ

“Estrategias y posicionamiento competitivo de las empresas minoristas españolas”.

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

CLAVE: A Vol. 3 (2019), pp. 54-61

ANA M^a DÍAZ MARTÍN, IGNACIO CRUZ ROCHE, MÓNICA GÓMEZ SUÁREZ, MYRIAM QUIÑONES GARCÍA y ANNE SCHMITZ

“Transformación digital en distribución: Soluciones tecnológicas y estrategias competitivas de las empresas minoristas españolas”

REVISTA IBÉRICA DE SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

CLAVE: A Vol. 24 (11) 2019, pp. 151-167

ANA M^a DÍAZ MARTÍN, ANNE SCHMITZ y M^a JESÚS YAGÜE GUILLÉN

"Are health e-mavens the new patient influencers?"

Frontiers in Psychology, 11, 779

CLAVE: A Vol. 11, art 779, 2020

SCHMITZ, ANNE; DÍAZ-MARTÍN, ANA M., & GUILLÉN, MARÍA J. Y.

“Modifying UTAUT2 for a cross-country comparison of telemedicine adoption”.

COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR

CLAVE: A Vol. 130, p. 107-183. May 2022

QUINONES, M., DÍAZ-MARTÍN, A. M., & GÓMEZ-SUÁREZ, M.

Retail technologies that enhance the customer experience: a practitioner-centred approach.

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES COMMUNICATIONS

CLAVE: A Vol. 10, (1), pp. 1-8. (2023).

QUIÑONES GARCÍA, MYRIAM; GÓMEZ SUÁREZ, MÓNICA; CRUZ ROCHE, IGNACIO y ANA M^a DÍAZ MARTÍN "Technology: A Strategic Imperative for Successful Retailers"

INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT

CLAVE: A Vol. 51, (4), pp. 546-566. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2022-0088> (2023).

QUINONES, M., ROMERO, J., SCHMITZ, A., & DÍAZ-MARTÍN, A. M.

What factors determine the intention to use and recommend public autonomous shuttles in a real-life setting?

EUROPEAN JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS.

CLAVE: A vol. ahead-of-print DOI 10.1108/EJMBE-07-2023-0224 (2024).

SCHMITZ, A., DÍAZ-MARTÍN, A. M., & YAGÜE GUILLÉN, M. J.

Telemedicine Beyond Borders: A Mixed-Methods Approach to Understanding Cross-National Usage Intention. Telemedicine and e-Health.

CLAVE: A vol. 30(8), e2344-e2352. (2024).

C.2. Proyectos

Participación en proyectos de I+D+i financiados en convocatorias públicas (nacionales y/o internacionales, últimos 10 años)

“El marketing de relaciones: la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios” (ECO2012-31517). MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

2012-2015 Universidad Autónoma de Madrid

Yagüe Guillén, María Jesús

“La experiencia de compra multicanal en la construcción del valor del cliente” (ECO2015-69103-R). MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

2016-2018 Universidad Autónoma de Madrid

Yagüe Guillén, María Jesús y Rubio Benito, Natalia Maria.

“Impacto de las comunicaciones digitales en la elección de marca. Análisis experimental y neurocientífico en servicios” PID2019-111195RB-I0. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

2020-24

Universidad de Valencia

J. Enrique Bigne Alcañiz y Carla Ruiz Mafé

“Customer Journey Design: Touchpoint Automation Through Artificial Intelligence”. PID2020-113561RB-I00. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

2021-24

Universidad Autónoma de Madrid

Natalia Rubio Benito y Jaime Romero Lafuente

Customer Value Management Through AI Digital Marketing Assistants. PID2023-147414OB-I00 MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

2024-27

Universidad Autónoma de Madrid

Natalia Rubio Benito y Jaime Romero Lafuente

Estrategias Competitivas de Gestión de la Experiencia de Cliente en el Comercio Omnicanal. (SI4/PJI/2024-00241) Convocatoria de Doctores Emergentes 2024 UAM

2024-26

Universidad Autónoma de Madrid

Myriam Quiñones García

C.5 Dirección de tesis

Tesis Doctoral: Análisis Internacional de la Intención de Uso de las Vídeo Consultas Médicas: Una Adaptación de la Teoría UTAUT2. Universidad Autónoma de Madrid. 2019

Tesis Doctoral: Aproximación a los factores determinantes del churn desde un enfoque de marketing relacional innovador: el punto de vista de los proveedores y clientes de servicios. Universidad Autónoma de Madrid. 2014.

Tesis Doctoral: El Marketing de Relaciones como Fuente de Ventaja Competitiva en el Sector Turístico: Una Aplicación a las Agencias de Viaje Minoristas. Universidad de Oviedo. 2004.

Tesis Doctoral: El Riesgo Percibido por el Consumidor. Una Aplicación Empírica a la Elección de Marcas del Distribuidor. Universidad de Oviedo. 2002.

C.6. Participación en tareas de evaluación

Evaluadora en revistas internacionales (5 de ellas incluidas en el SSCI).

Evaluadora de proyectos de investigación para el Ministerio de Economía y Competitividad. Comisión de expertos del área de Economía, convocatorias 2012/13 y 2013/14.

C.7. Premios

Premio a la Mejor Tesis Doctoral (El Riesgo Percibido por el Consumidor. Una Aplicación Empírica a la Elección de Marcas del Distribuidor). XIV Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, 2002 (codirección).

Premio a la Mejor Tesis Doctoral (El Marketing de Relaciones como Fuente de Ventaja Competitiva en el Sector Turístico: Una Aplicación a las Agencias de Viaje Minorista). XVI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, 2004 (codirección).

Premio a la Mejor Tesis Doctoral de la Cátedra UAM-ASISA, Convocatoria 2020 de los Premios UAM-ASISA sobre Gestión Sanitaria y Economía de la Salud (codirección).

“2020 Highly Commended Outstanding Doctoral Research Award” en la categoría “Health Care Management” (Análisis internacional de la intención de uso de las vídeo consultas médicas: una adaptación de la teoría UTAUT2. Emerald/EFMD, 2020 (codirección).

Premio ESIC a la Investigación en Marketing. Trabajo presentado en el XXI Congreso Anual de AEDEM, 2007.

Best Paper Award del 8º Congreso de la International Association on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM), celebrado en Valencia del 17 al 19 de junio de 2009.

Best Paper Award del congreso Thought Leaders in Brand Management, celebrado en Lugano el 11 y 12 de marzo de 2011.

Premio Fundación 3M al mejor proyecto emprendedor Ciencia y Tecnología (Medical Advisor). 2014 XI edición del Premio al Emprendedor Universitario del CIADE-UAM CIADE.

TFG Rocío de Moya García, estudiante de Derecho y ADE, Premio del concurso UAM emprende Pitch IDEA con su proyecto "Ver y Saber" y Premio al Mejor Vídeo.

EXPERIENCIA DE GESTIÓN

- Vicedecana de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Oviedo desde junio de 2002 hasta septiembre de 2006.
- Coordinadora Académica de la asignatura “Servicios Turísticos y Calidad” en el Master Universitario en Comercialización de Servicios Turísticos de la Universidad de Cantabria desde el curso 200-01 hasta 2006-07.
- Coordinadora del Comité Interno de Valoración del Programa de Acreditación de Titulaciones. Proyectos piloto 2003-2004. ANECA.
- Coordinadora Académica del Master en Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid. Curso 2007-08 y 2008-09
- Coordinadora del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de CCEE y EE, Universidad Autónoma de Madrid. Desde junio de 2011 hasta octubre de 2013.
- Coordinadora Erasmus Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de CCEE y EE, Universidad Autónoma de Madrid. 2016-2019
- Miembro de la Comisión de Investigación Facultad de CCEE y EE, UAM (2018-2021)
- Miembro de la Comisión de Reconocimiento de Créditos de la Facultad de CCEE y EE, UAM (2019-2021)
- Directora Departamento Financiación e Investigación Comercial, Facultad de CCEE y EE, Universidad Autónoma de Madrid. Desde junio de 2021 hasta junio de 2025.

RECONOCIMIENTOS

Acreditación para el cuerpo de Profesores Catedráticos de Universidad (25-X-2012).

Valoración positiva de cuatro TRAMOS DE INVESTIGACIÓN (sexenios) solicitados a la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora. MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA. PERIODOS: 1995/2000; 2002/2007; 2008/2013; 2014/2019.

Valoración positiva de un TRAMO DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN solicitado a la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora. MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES. Periodo: 1996-2002.

LABOR DE EVALUACIÓN

Evaluadora de proyectos de investigación para la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP), 2005, 2007, 2008, 2009, 2010 y 11.

Evaluadora de proyectos de investigación para La Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL), 2009.

Evaluadora de proyectos de investigación para el Ministerio de Economía y Competitividad. Comisión de expertos del área de economía, convocatorias 2012 y 2014.

Editora Asociada, sección Marketing, de Journal of Tourism Analysis-Revista de Análisis Turístico
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo – AECIT (junio de 2016 -actualidad)

- TRABAJOS DE REVISIÓN / EVALUACIÓN

Revisión de artículos para las revistas:

Asia-Pacific Management Review
Cuadernos de Economía y empresa (CEDE)
Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa
International Journal of Contemporary Hospitality Management
Journal of Retailing and Consumer Services
Journal of Tourism Analysis-Revista de Análisis Turístico
Revista Española de Investigación de Marketing ESIC
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa
Tourism Recreation Research
Universia Business Review
Journal of Hospitality & Tourism Research

Evaluadora de ponencias/comunicaciones para los congresos:

Academy of Marketing Science-Multicultural Marketing Conference
Advances in Tourism Marketing Conference (ATMC)
Congreso de la Academia Europea de Marketing (EMAC)
Congreso Internacional sobre Avances Recientes en el Comercio Minorista y los Servicios (EIRASS)
Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa
Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
International Marketing Trends Congress

Diligencia de refrendo de Currículum

El abajo firmante, Dña. Ana María Díaz Martín

Número de Registro de personal__0940383502 A0504__

Perteneciente al Cuerpo de _ Catedrático de Universidad ____

se responsabiliza de la veracidad de los datos contenidos en el presente Currículum comprometiéndose a aportar, en su caso, las pruebas documentales que le sean requeridas.

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

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

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

Fecha del CVA	31-10-2025
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Ángel		
Apellidos	Herrero Crespo		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email		URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)			

* *datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

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

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

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

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

A.3. Formación Académica

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

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)



Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios): **MUY IMPORTANTE: se ha modificado el contenido de este apartado para progresar en la adecuación a los principios DORA. Lea atentamente las “Instrucciones para cumplimentar el CVA”**

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

Dirección de 6 Tesis Doctoral finalizada y 3 Tesis Doctorales en curso.

Citas totales: WOS: 2.813 / Scopus: 3.654 / Google Scholar: 8.410
Índice H: WOS: 27 / Scopus: 31 / Google Scholar: 39

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

Su actividad investigadora ha dado lugar a la publicación de 60 artículos científicos publicados en revistas internacionales y nacionales de reconocido prestigio (50 en publicaciones referenciadas en el índice JCR, 7 en el índice SJR, y las restantes 5 en el índice INRECS). En particular, 26 de sus artículos han sido publicados en revistas indexadas en el 1er Cuartil del índice JCR (en las categorías “Business”, “Management”, “Economics”, “Communication”, “Hospitality, Leisure, Sport & Tourism”, “Psychology” y “Social Sciences”), 9 publicaciones en revistas indexadas en el 2º Cuartil del índice JCR, 12 publicaciones en revistas indexadas en el 3er Cuartil del índice JCR y 3 publicaciones en revistas indexadas en el 4º Cuartil del índice JCR, 7 publicaciones en revistas indexadas en el índice SJR de Scopus. Además, es autor de 12 capítulos de libro publicados en obras colectivas de investigación y ha defendido más de 50 ponencias en congresos nacionales e internacionales. También ha participado en tres proyectos de investigación competitivos y en una treintena de contratos de investigación.

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

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

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

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

MARTÍNEZ, P.; HERRERO, A.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M. (2025): “Communicating destination social responsibility through social media: The roles of tourists’ social engagement, citizenship behavior, and emotions”. Journal of Travel Research, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 8.000 Q1/D1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

HERNÁNDEZ, B.; HERRERO, A.; SAN MARTÍN, H.; FRANCO, J.L. (2024): “How destination image projected on social media influences online sales of tourist services: Exploring the role



of tourists' experience". *Current Issues in Tourism*, Vol. XX, num. XX, pp. XX-XX (Impacto JCR: 5.70 Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

COLLADO, J.; HERRERO, A.; SAN MARTÍN, H. (2023): "The Adoption of a Smart Destination Model by Tourism Companies: An Ecosystem Approach". *Journal of Destination Marketing and Management*, Vol. 28, pp. 100783 (Impacto JCR: 8.400 Q1 Management).

MARTÍNEZ, P.; HERRERO, A.; GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M. (2022): "An examination of the determining factors of users' intentions to share corporate CSR content on Facebook". *Current Issues in Tourism*, Vol. 25, num. 13, pp. 2159–2176 (Impacto JCR: 7.578 Q2 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism).

GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; HERRERO, A.; MARTÍNEZ, P. (2021): "CSR communication on Facebook: Attitude towards the company and intention to share". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33, num. 4, pp. 1391-1411 (Impacto JCR: 5.667 Q1 Management / Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas (Scopus): 0.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Referencia del proyecto: PID2022-140160NB-I00.

Título: **Responsabilidad social de los destinos turísticos: adopción de un enfoque ecosistémico basado en el paradigma actual de destinos inteligentes**

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

Entidad financiadora: MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION

Duración: 01/09/2023 - 31/08/2026

Financiación recibida (en euros): 49.500,00

Referencia del proyecto: TED2021- 131314BI00.

Título: **Sostenibilidad corporativa y turismo inteligente en comunidades rurales: Influencia en el desarrollo económico y social del territorio**

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

Entidad financiadora: AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACION

Duración: 01/12/2022 - 30/11/2024

Financiación recibida (en euros): 96.945,00

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

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

Título: **Estudio de mercado sobre la percepción y reconocimiento del origen en la producción de anchoa en Cantabria para el desarrollo de una IGP (2024)**

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

Entidad financiadora: Oficina de Calidad Alimentaria de Cantabria (ODECA)

Duración: 18/04/2024 - 17/10/2024

Título: **Territorio del Real Valle de Valderredible (2023)**

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

Entidad financiadora: Fundación Marcelino Botín

Duración: 19/09/2023 - 10/12/2023

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

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

Entidad financiadora: Consejería de Educación, Formación Profesional y Turismo

Duración: 02/01/2021 - 01/10/2021

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

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

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

Duración: 04/04/2019 - 31/12/2019

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

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

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

Parte A. DATOS PERSONALES

		Fecha del CVA	06/11/2025
Nombre	María Pilar		
Apellidos	Martínez Ruiz		
Dirección email	MaríaPilar.Martinez@uclm.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	http://orcid.org/0000-0002-5890-5174		

* *datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrática de Universidad		
Fecha inicio	05/09/2018		
Organismo/ Institución	Universidad de Castilla-La Mancha		
Departamento/ Centro	Administración de Empresas/Facultad CCEE		
País	España		
Palabras clave	Comercialización e Investigación de Mercados		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
1999-2002	Becaria predoctoral /Junta Comunidades Castilla-La Mancha /España
2003-2005	Ayudante / Universidad de Castilla-La Mancha/ España
2005-2007	Becaria posdoctoral /Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha /Castilla-La Mancha y Valencia (España), Edimburgo (Escocia, Reino Unido)
2007-2010	Ayudante Doctor / Universidad de Castilla-La Mancha /España
2011-2018	Profesora Titular de Universidad / Universidad de Castilla-La Mancha / España
2018-Actualidad	Catedrática de Universidad / Universidad de Castilla-La Mancha / España

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciada en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Castilla-La Mancha, España	1998
Certificado de Ciclo Superior en el idioma Alemán	Escuela Oficial de Idiomas/España	1999
Certificado de Ciclo Superior en el Idioma Inglés	Escuela Oficial de Idiomas/España	2001
Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Castilla-La Mancha/ España	2004

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios): **MUY IMPORTANTE: se ha modificado el contenido de este apartado para progresar en la adecuación a los principios DORA. Lea atentamente las "Instrucciones para cumplimentar el CVA"**



Aportaciones científicas. Destaca la prolífica publicación de trabajos científicos (especialmente, los realizados en revistas con factores de impacto JCR Clarivate y SJR Scopus), el elevado reconocimiento de la comunidad internacional (véanse por ejemplo citas, estancias y coautorías con autores de otros países) y la financiación recibida para llevar a cabo muchos de estos trabajos. En concreto, es posible mencionar en este apartado:

-26 años de actividad investigadora, docente, académica y de gestión en la Universidad, y 21 desde la obtención del Título de Doctor.

-3 sexenios de investigación reconocidos (periodos 2004-2009, 2010-2015, 2016-2021).

-Inclusión en el *Ranking de investigadoras españolas y extranjeras en España* según *Google Scholar* elaborado por el CSIC. Posición actualizada 2025: 1.664.

-Citas totales Google Scholar: 4.934, índice h: 36, índice i10: 89. Desde 2019 citas: 2.652, índice h: 24, índice i10: 59 (6 de noviembre de 2025).

-120 artículos publicados en revistas científicas. De estas publicaciones: (a) 63 poseen índice de impacto JCR Clarivate (SSCI y SCI), en concreto, 16 Q1, 24 Q2, 11 Q3 y 15 Q4; (b) 5 publicaciones están incluidas en ESCI (Emerging Sources Citation Index – Clarivate); (c) 18 poseen índice de impacto SJR (elaborado para las publicaciones contenidas en SCOPUS); y el resto, están incluidas en uno de estos índices: AJG (Academic Journal Guide) elaborado por la Chartered Association of Business Schools, DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales), IN-RECs y/o Dialnet.

-Más de 80 trabajos presentados en congresos, conferencias y seminarios.

-8 estancias de investigación: 4 en universidades españolas (una en calidad de Profesora Invitada), y 4 en dos universidades extranjeras de reconocido prestigio: la Universidad de Edimburgo (Escocia, Reino Unido), y la Universidad de Plymouth (Inglaterra, Reino Unido).

-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).

Aportaciones a la formación de jóvenes investigadores. Cabe resaltar la dirección de 8 Tesis Doctorales defendidas en el periodo septiembre 2013-febrero 2025 (4 de ellas con mención de Doctorado Internacional), 30 Trabajos Fin de Máster y 30 Trabajos Fin de Grado.

Aportaciones a la sociedad. Entre estas aportaciones, cabe mencionar los siguientes méritos:

-*Experta del Banco de Expertos de la Agencia Estatal de Investigación* desde junio de 2023.

-*Experta del Banco Europeo de Expertos de la Comisión Europea* desde noviembre de 2023.

-*ViceChair* de la Convocatoria “Excellence Hubs HORIZON-WIDERA-2023-ACCESS-07-EUROPEAN COMMISSION”.

-Participación como Investigadora Principal en 1 grupo de investigación de la UCLM, y como colaboradora en otros dos equipos de investigación (en Universitat Oberta de Catalunya y en Universidad Autónoma de Madrid).

-Premios recibidos: EMERALD/EMRBI AWARD WINNING 2008/2009, V PREMIO HERMES de la Federación de Comerciantes de Burgos, Mejor Proyecto de Investigación en Distribución comercial (FUNDACIÓN RAMÓN ARECES), Premio Tesis Doctoral en 2005 (XVII Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing), Accésit CEF (Educación y Tecnologías de la Información y Comunicación) en julio de 2017 y Accésit I Premio Internacional PYME Juan Antonio Maroto Acín (edición 2022).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES - Pueden incluir publicaciones, datos, software, contratos o productos industriales, desarrollos clínicos, publicaciones en conferencias, etc.

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

1. Cristóbal-Lobatón, I.M.; **Martínez-Ruiz, M. P.**; **López-Sánchez, J.L.** y Pozo-Curo, C. (2023). In search of restaurant excellence in Peru: key insights on food values. *British Food Journal*, 125 (12): 4573-4591. JCR: 3,4, **Q1**. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2023-0198>
2. Izquierdo-Yusta, A.; **Martínez-Ruiz, M. P.** y Pérez-Villarreal, H. H. (2022). Studying the impact of food values, subjective norms and brand love on behavioral loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 102885. JCR: 10,4, **Q1**. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102885>
3. García-Milon, A., **Martínez-Ruiz, M. P.**, Olarte-Pascual, C. y Pelegrín-Borondo, 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. JCR: 4,842, **Q1 D1**. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.08.007>



4. Barahona, I., Hernández, D.M., Pérez-Villarreal, H.H. y **Martínez-Ruiz, M. P.** (2018). Identifying research topics in marketing science along the past decade: a content analysis. *Scientometrics*, 117 (1), 293-312. Factor de impacto JCR: 2,770, **Q1**. <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2851-2>
5. Kamran-Disfani, O., Mantrala, M.K., Izquierdo-Yusta, A. y **Martínez-Ruiz, M.P.** (2017). The impact of retail store format on the satisfaction-loyalty link: An empirical investigation. *Journal of Business Research*, 77: 14–22. JCR: 2,509, **Q2 (Q1 desde el año 2018)**. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.04.004>
6. Jiménez-Zarco, A.I., González-González, I., **Martínez-Ruiz, M.P.** e Izquierdo-Yusta, A. (2015). New service innovation success: Analyzing the influence of performance indicator nature. *Computers in Human Behavior*. October, 10.1016/j.chb.2014.09.046. JCR: 2,880, **Q1**. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.046>
7. 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. JCR: 3,140, **Q1 D1**. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.012>
8. González-Benito, O., **Martínez-Ruiz, M.P.** y Mollá-Descals, A. (2010). Retail pricing decisions and product category competitive structure. *Decision Support Systems*, 49 (1), 110-119. JCR: 2,135, **Q1**. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2010.01.009>
9. Campo-Martínez, S., Garau-Vadell, J.B. y **Martínez-Ruiz, M.P.** (2010). Factors influencing repeat visits to a destination: The influence of group composition. *Tourism Management*, 31 (6): 862-870. JCR: 2,620, **Q1 D1**. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.013>
10. González-Benito, O., **Martínez-Ruiz, M.P.** y Mollá-Descals, A. (2009). Using store level scanner data to improve category management decisions: Developing positioning maps. *European Journal of Operational Research*, 198 (2), 666-674. JCR: 2,093, **Q1**. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2008.10.015>

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

Conferencia invitada: "Análisis de la Evolución de los enfoques de Marketing: Una perspectiva de futuro". VII Congreso Internacional de Contaduría Pública. VII Encuentro de la Disciplina Contable. 3 de noviembre de 2021. Fundación Juan de Castellanos, Colombia.

Conferencia invitada (modalidad online): "Últimos Avances del Marketing 5.0". IV Congreso Internacional de Investigación e Innovación UNAH-2021. Huanta, Región Ayacucho. 12 de noviembre de 2021. Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Perú.

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado, indicando su contribución personal.

-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 miembro del equipo de investigación



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: 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: Investigadora miembro del equipo de investigación

Duración, desde: Octubre 2005 hasta: Octubre 2008

Cuantía de la subvención: 100.000 €

Número de investigadores participantes: 10

-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

Tipo de participación: Investigadora miembro del equipo de investigación

Duración, desde: Enero 2000 hasta: Diciembre 2001

Cuantía de la subvención: 10.606.000 pesetas

Número de investigadores participantes: 11

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

Título del contrato: Informe de consultoría sobre el mercado de la restauración en la región de Ayacucho, Perú (230040UCTR)

Entidad financiadora: Universidad Nacional Autónoma de Huanta (Perú)

Entidades participantes: Universidad de Castilla-La Mancha (España).

Tipo de participación: Investigadora Principal

Duración, desde: Enero 2023 hasta: julio 2023

Cuantía de la subvención: 1.936 €

Número de investigadores participantes: 1

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.

Tipo de participación: Investigadora Principal

Duración, desde: Octubre 2009 hasta: Octubre 2011

Cuantía de la subvención: 36.000 €

Número de investigadores participantes: 5