

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	07/04/2026
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	María Luisa		
Apellidos	García Guardia		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	malgarci@ucm.es	URL Web	UCM-García-Guardia
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)			

* *datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Titular de Universidad		
Fecha inicio	2017		
Organismo/ Institución	Universidad Complutense de Madrid		
Departamento/ Centro	Marketing		
País	España	Teléfono	
Palabras clave	Marketing social, marketing sostenible, medios publicitarios		

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
1998-2004	Universidad Europea

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciada en Publicidad RRP	UCM, España	1987
Doctora	UCM, España	2003

Parte B. RESUMEN DEL CV

Acreditada a catedrática en 2023. Tramos de Investigación: Cuatro tramos de investigación CNAI el informe positivo sobre un tramo de investigación (sexenios 2007-2012, 2013-2018 y 2019-2024) y Sexenio de Transferencia de Conocimiento (2006-2012). Quinquenios por méritos docentes: Tres. Trienios: Cinco

Gestión: Desde 2015 es Coordinadora del Grado en Publicidad y RRPP en la Facultad de CC. De la Información, Universidad Complutense de Madrid. Directora del Grupo de Investigación Socmedia-UCM. Miembro de la Junta de la Facultad de Ciencias de la Información, UCM. Miembro de la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información, UCM. Miembro de la Comisión de Estudios de la Facultad de Ciencias de la Información, UCM.

Miembro de la Comisión de Seguimiento docente de la Facultad de Ciencias de la Información, UCM. **Experiencia docente:** comenzó a impartir como Profesora Adjunta en la Universidad Europea de Madrid en 1998. En 2004 comenzó a trabajar como Catedrática Interina en la Universidad Complutense de Madrid. En el año 2007 accedió a la categoría de Contratada Doctora en la UCM. Desde 1999 hasta 2005 se ha sometido de manera obligatoria en la Universidad Europea de Madrid a la evaluación de Calidad Docente, y desde 2005 al Programa Docencia de forma opcional en la Universidad Complutense de Madrid. **Actividad investigadora:** ha participado en diversos programas y proyectos nacionales e internacionales: Becas Erasmus para profesores a las Universidades de Helsinki (Finlandia), ESPM en Sao Paulo, Brasil, Portugal (Universidad de Oporto) y Roma (La Sapiencia). Estancias en Dinamarca (U. De Copenhagen, ITU), Inglaterra (U. Sheffield), Méjico (TEC de Monterrey), Brasil (USP), China (BFT de Beijing), EEUU (Harvard University), EEUU (Berkeley, University), Universidad de las Américas (Quito), Italia AIMS- H20H20 (Génova) y Universidad Nova (Lisboa). En cuanto a sus líneas de investigación, ha participado en más treinta proyectos, destacando: Investigador principal Kairos (Mº Educación, Cultura y Deporte), Socmedia I+D (referencia CSO 2008-01496), Badacam (UEM 2004-UEM05), Terrorismo y Post 11M (CAM 06/HSE/0030/2004), Vivir la Historia Hoy (Ayuntamiento de Bailén 167-2006), Comunicación y Salud (UCM 238-2007 y 237 2007), Estudios y Competencias Socio-comunicativas (UCM-Santander GR69/06, GR74/07 y GR 58/08), Medialab Archivo Digital, Mº de Industria, Turismo y Comercio (Plan Avanza TSI-070100-2008-53), Investigador principal en Dinamización de Marcas en Redes Sociales (art. 83 UCM- Interacting), Investigador principal en "Inversión Publicitaria: Medición de su eficacia" (art.83 UCM- Optimedia) e Investigador principal en "Las campañas publicitarias televisivas en el ámbito de la respuesta directa" (art. 83 UCM- Optimedia), materializada en la patente: M-008611/2005, ERASMUS+ 2017-1-ES01-KA202-03867 "WANDIA, We All Make Digital Information Accesible", IP en Erasmus KA220 Nutrition and Wellbeing Fact-checking in Higher Education, NUTRIWELLB, 2022-1-ES01-KA220-HED-000089546 e IP en Erasmus 2022-1-IT02-KA220-SCH-000089811, EMPowering schools' Action fostering Teachers' Innovation, empathy & Support within the Educational community. Directora de treinta y tres tesis doctorales ya defendidas, y nueve en proceso de redacción. Tesis con beca FPI, primer doctor en Publicidad en España con discapacidad visual. Ha participado y dirigido doce proyectos de Innovación Docente. **Actividad divulgadora de conocimientos y resultados de investigaciones:** Con un total de más de sesenta artículos en revistas científicas, seis JCR, seis Scopus, y más de 40 han sido publicados en revistas indexadas que figuran en las bases de datos DICE, IN-RECS y LATINDEX, 6 libros, 27 capítulos de libros, así como más de 30 ponencias/comunicaciones presentas en congresos nacionales o internacionales -Méjico, Francia, Argentina, Suecia, Alemania, Brasil, EEUU-. Su experiencia profesional se inicia en 1983, aplicando las investigaciones académicas en el ámbito profesional, elaborando modelos para la optimización de la comunicación de la marca, productos y servicios para Renfe, Ifema, RTVE, Antena3, Optimedia, Diageo, etc.

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).

- ML García Guardia, Raquel Ayestarán, Josefa Elisa López y Mónica Tovar (2019). Educating the gifted student: Eagerness to achieve as a curricular competence. **Revista Comunicar**, 60, <https://doi.org/10.3916/C60-2019-02>.
- María Tejerina Arreal, Pilar García Gómez y M^a Luisa García Guardia (2014). Estructura de valores personales en una muestra de adolescentes españoles. Una comparación transversal con adolescentes norteamericanos. **Anales de Psicología**, vol. 30, nº 2. ISSN 0212-9728, en web 1695-2294.
- M^a Luisa García Guardia, Antonio Alcaraz Lladro e Ícaro Fernández Martín (2013). La Distribución Comercial en la comunicación con el pequeño comercio independiente en el marco de la web 2.0. **Historia y Comunicación Social**, año 2013, vol. 18. Páginas desde: 687 hasta: 702. Editorial Revistas Científicas Complutense.
- Javier Sendra García, María Tejerina Arreal y M^a Luisa García Guardia (2014). Las acciones de comunicación, la web 2.0 y la actividad promocional. **Historia y Comunicación Social**, vol. 19, nº Marzo. ISSN 1988-3056.
- Carmen Llorente Barroso, Francisco García García y M^a Luisa García Guardia. La construcción social globalizada del logo símbolo y la globalización de la marca a través del mismo. **Historia y Comunicación Social**.
- Francisca García Bazago, M^a Luisa García Guardia y Javier Sendra (2019). Environmental Discourses in Natural Disaster Scenarios. **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**. ISSN: 1331- 677X.
- Elvira Calvo Gutiérrez, M^a Luisa García Guardia y Patricia Núñez Gómez (2013). El periodismo económico y su desarrollo y expansión en la web 2.0. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, vol. 19, número 1. ISSN 1134-1629.
- M^a Luisa García Guardia y Carmen Llorente Barroso (2016). Título: An empirical study of the recreational-expressive and referential roles of the cell phone among young students and their potential applications to advertising. **Prisma Social**. Vol. nº 1. ISSN 1989-3469.
- Cristóbal Fernández Muñoz, M^a Luisa García Guardia y Javier Rivero Díaz. Las principales celebrities en Twitter: Análisis de su comunicación e influencia en la red social. **ComunicaÇao mídia consumo**, vol. 13, n. 38, SET./DEZ. 2016 Doi 10.18568/1983-7070.1339116-129.
- Vanessa Izquierdo, Raquel Ayestarán y M^a Luisa García Guardia (2018). La experiencia de cliente de las marcas de moda de marcas de lujo en las *flagship* y los *corners*. **Prisma Social**. Vol. 23. ISSN 1989-3469.
- Aitor González, Cristobal Fernández, M^a Luisa García Guardia. 2017 Principios básicos de posicionamiento comunicativo. Análisis del caso: Tuenti 2012-2015. **Icono 14**.
- M^a Luisa García Guardia, Francisco García García y Patricia Núñez Gómez. 2012 Eficacia en Publicidad de Respuesta Directa: El caso de una campaña de seguros para automoción. **Economía k9Industrial**. Volumen 385.
- Patricia Núñez Gómez, Sandrina Teixeira y M^a Luisa García Guardia. 2012. La profesión en el aula. Cómo investigar y mejorar el trabajo del futuro. El caso de Community Manager: diseño e investigación en TIC. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, volumen 18. **C.2. Congresos**

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

- Grupo Socmedia, 931077. REFERENCIA: (GR69/06) UCM COMUNIDAD DE MADRID. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: supervisión.
- Grupo Socmedia, 931077. REFERENCIA: (GR74/07) UCM COMUNIDAD DE MADRID. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: supervisión.
- Grupo Socmedia, 931077. REFERENCIA: (GR58/08) UCM SANTANDER. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: supervisión.

- Grupo Socmedia, 931077. REFERENCIA: (GR35/10-A). Miembro del proyecto. Dedicación compartida. FINANCIACIÓN: Ministerio de Educación y Ciencia. Contribución personal: supervisión.
- Grupo Socmedia, 931077. REFERENCIA: (GR3/14). Miembro del proyecto. Dedicación compartida. FINANCIACIÓN: UCM SANTANDER. Contribución personal: supervisión.
- Conocimiento y accesibilidad: la representación museográfica de contenidos culturales complejos. REF.: I+D HAR2011-25953. Miembro del proyecto. Contribución personal: investigación.
- Neurocomunicación. Gestión de la comunicación social basada en las neurociencias: Experimento de creación de inteligencia conectiva o a escamas. REFERENCIA: I+D+i nº CSO2011-28099. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: investigación.
- Ciudadanía Digital y Open Data Access: Empoderamiento ciudadano a través de los medios sociales en el entorno digital. OPEN DATA CITIZEN. REFERENCIA: I+D+i nº CSO2012-30756O2011-28099. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: investigación.
- Cultura Digital y Museografía Hipermedia y Conocimiento Aumentado y Accesibilidad. La representación museográfica de contenidos tecnoculturales complejos. REF.: I+D 4121029, acción complementaria competitiva. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: investigación.
- Wandia, we all make digital information accesible. Miembro del proyecto. FINANCIACIÓN: Erasmus +2107-1-ES01-KA202-038673. Miembro del proyecto. Dedicación compartida. Contribución personal: validación.

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

1. Dinamización de las marcas en las redes sociales. REF.: Artículo 83. FINANCIACIÓN: Interacting. INVESTIGADOR PRINCIPAL: M^a Luisa García Guardia.
2. Las campañas publicitarias televisivas en el ámbito de la respuesta directa. REF.: 340-2010. FINANCIACIÓN: Optimedia. INVESTIGADOR PRINCIPAL: M^a Luisa García Guardia.
3. Análisis sobre el comportamiento y tendencias para delimitar sistemas de beneficios de usuarios de Smartphone y su interacción con el entorno. REF.: 340-2010. PARTICIPACIÓN: Miembro del proyecto. FINANCIACIÓN: Stardust Comercial Investment Corp. INVESTIGADOR PRINCIPAL: Hipólito Vivar Zurita.
4. Desarrollo y validación de modelos empíricos aplicados a la determinación de la eficacia de la inversión publicitaria en el mercado español de lácteos. PARTICIPACIÓN: Miembro del proyecto.
5. Modelos de cálculo del rendimiento de la inversión publicitaria y desarrollos aplicados sobre la determinación de la presión óptima. PARTICIPACIÓN: Miembro del proyecto.
6. Neurociencia y Neurocomunicación. PARTICIPACIÓN: Miembro del proyecto. FINANCIACIÓN: Grupo de investigación Icono 14.
7. Estudios de la recepción y percepción de los jóvenes en el ámbito cinematográfico. PARTICIPACIÓN: Miembro del proyecto.

Patentes: INVENTORES: Verónica Perales Blanco, M^a Luisa García Guardia, Frédéric Adam. TÍTULO: Aprendizaje elástico. Nº DE SOLICITUD: M-8611-05. PAIS DE PRIORIDAD: España. Nº DE PATENTE: M-008611/2005. FECHA DE CONCESIÓN: 28/04/2008. PAISES A LOS QUE SE HA EXTENDIDO: China, España. TIPO DE PROTECCIÓN DE LA PATENTE: Nacional. EMPRESA(S) QUE LA ESTÁ(N) EXPLOTANDO o en las que existe un contrato de cesión o licencia: Interacting s.l.

Curriculum Vitae

Prof. JULIO CERVIÑO

Profesor titular de la Universidad Carlos III de Madrid (España)

jcervino@emp.uc3m.es / www.MarketinGroup.eu

Web of Science ResearcherID: H-8525-2015

<https://orcid.org/0000-0002-2589-2573>

CV Breve

Perfil Académico

- Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID, 1996.
- Master of Arts in International Business and Affairs, WASHINGTON UNIVERSITY -John Olin School of Business, EE.UU., 1991
- Master en Dirección Internacional de Empresas (MBA), UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID- IADE (Instituto Universitario de Administración de Empresas), 1989.
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Sección Económicas, UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, 1985
- Profesor visitante de diversas universidades europeas y latinoamericanas.
- Especialidad: Gestión estratégica y valoración de intangibles/IP (marcas, patentes, copyrights, clientes) & Marketing Internacional.
- **4 Sexenios de Investigación: 3 Sexenios de Investigación** reconocidos por el Ministerio de Educación. **Tercer sexenio concedido a fecha de diciembre 2013. 1 Sexenio de Transferencia del Conocimiento e Innovación de fecha 2019.**
- **38 Proyectos OTRI – Art 60 (LOSU) realizados como INVESTIGADOR PRICIPAL desde 2001. Tanto con Empresas privadas , Asociaciones Empresariales como Instituciones Públicas.**
- **Número de Quinquenios: 6**

Responsabilidades Académicas en la Universidad Carlos III de Madrid

- Profesor titular del Departamento de Economía de la Empresa. Área de Comercialización e Investigación de Mercados
- Codirector del Máster en Dirección Internacional de Empresas (UC3M.).
- Codirector del Grupo de Investigación en Marketing y Competitividad de Empresas – www.marketingroup.eu – *MarketinGroup Business Research*
- Ha sido director Académico de los Estudios Superiores en Dirección de Empresas Hoteleras y de Restauración (curso 2001 a 2005)
- Miembro del Comité Académico de diversos programas Máster
- Profesor coordinador de programas Erasmus en el área de gestión internacional de empresas

Actividad Profesional fuera de la Universidad

- **ASESOR PERMANENTE del Foro de Marcas Renombradas Españolas** (www.brandsofspain.com) y Director de Estudios de Investigación para el Foro sobre Imagen País y Posicionamiento de Marcas Españolas en el Exterior.
- **COORDINADOR ACADÉMICO del Proyecto Marca España** (proyecto institucional sobre la imagen de España en el exterior), patrocinado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior). Periodo del proyecto: 1998-2008.
- **PERITO ECONOMISTA** en valoración económica de marcas, patentes, Copyrights y otros activos de Propiedad Industrial e Intelectual; fijación de royalties para patentes y marcas, imagen de marcas, problemas de dilución de marcas y patentes creados por terceros y análisis de situaciones de competencia desleal. Ha realizado trabajos para empresas líderes multinacionales (Apple, Bacardí-Martini, Sara Lee, Jazztel, MediaMarkt, Diageo, Makro-Metro Group, Siemens, Metrovacesa,

Microsoft-Windows, Carrefour, Sephora, Havaianas, Nike, Vallehermoso, Zara, etc.) y nacionales (Inditex-Zara, Osborne, Famosa, Musaat Seguros, Catenon, Gullón Galletas), así como Instituciones y Organizaciones como Stanpa, Aisge, Cedro, Adepi, FMRE, ICEX, RTVE, etc.).

- **Técnico-Consultor en Valoración Económica Financiera de Marcas, Patentes y otros activos intangibles.** Asesor para diversas instituciones en materia de Propiedad Industrial e Intelectual y en competencia desleal.
- **Codirector del Máster Oficial en Gestión Internacional de la Empresa** de la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo-ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior)
- **Miembro del Comité de Valoración de Propiedad Industrial (IP Valuation Committee) de LES (Licensing Executive Society International).** Miembro del Consejo Asesor de Global Negotiator.
<http://www.globalnegotiator.com/consejo-asesor.html>

Experiencia Profesional en Empresa Privada

- **MARITZ ESPAÑA S.A.**, Madrid, España (Filial de Maritz Inc., St. Louis, EE.UU.). Director de Desarrollo de Mercados (Sept. 1992 - Sept. 1994). Director de programas de Calidad para IBM y de Sugerencia de Ideas y Productividad para Ford Motor Co. de Portugal y programas de Incentivos de fuerza de ventas para diversas empresas (Laboratorios Alter, Ford Credit España, Natwest Bank, Opel España y Ford España).
- **JOHN FABICK TRACTOR CO. – FILIAL DE CATERPILLAR TRACTOR CORPORATION**, St. Louis, EE.UU. Adjunto al Director de la División Internacional Latinoamérica. Octubre 1988-Septiembre 1992. Coordinación de las actividades de servicio postventa en los mercados latinoamericanos; estudios de mercado para el consumo y estimación de demanda de piezas de repuesta; análisis competitivo por mercados y productos.
- **MCDONNELL DOUGLAS CORPORATION**, St. Louis, EE.UU. Miembro del grupo de trabajo de implementación del programa de compensación FACA-18. División de Marketing Internacional (International Business Center), Junio 1987 a Septiembre 1988. Participación en el desarrollo de joint ventures, acuerdos de transferencia tecnológica y licensing, entre compañías americanas y españolas dentro del Programa de Compensaciones FACA - Futuro Avión de Combate (Mº de Defensa Español y McDonnell Douglas Corporation.).

Publicaciones más recientes:

Sus **libros** más recientemente publicados son:

- Capítulo de Libro (Chapter Title): ***The Role of Sustainability in Shaping International Tourism: A Comprehensive Case Study of Spain (Chapter 29)***. Baena, V & Cerviño, J. (2025). En João Vidal Carvalho et al. (Eds), *Advances in Tourism, Technology and Systems*, Springer, 2025. DOI : 10.1007/978-981-96-5396-6
- Capítulo de libro (Chapter Title). ***A Composite Index for Country Brands***. Cerviño, J., Macias, W, & Araujo, N. (2025). En João Vidal Carvalho et al. (Eds), *Advances in Tourism, Technology and Systems, Smart Innovation, Systems and Technologies*, Springer, 2025. DOI : 10.1007/978-981-96-5396-6.
- ***Essential of International Marketing***, Editorial ICEX, 2019, Madrid, 1ª edición. En colaboración con Arteaga, J. y Del Hoyo, A.
- **Marketing Internacional: Nuevas Perspectivas para un Mercado Globalizado** – Editorial Pirámide, 2012 Madrid (Quinta Edición – Primera edición 2006). Premio al mejor libro de autor español otorgado por la Asociación de Marketing de España. Sexta edición actualizada en reimpresión para segundo semestre de 2014. **En prensa la nueva edición actualizada (abril-mayo 2021): Marketing Internacional: Nuevos mercados y nuevos retos.**

- **La Imagen Exterior de España y la Competitividad: Un plan de acción necesario para el futuro de la economía y las empresas españolas.** Editorial Círculo de Empresarios de España con el patrocinio de la Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales, Julio 2009 (en colaboración con Rivera, Jaime; Marcos, Rubén y Casilimas, Juana).
 - **Leading Brands of Spain. Food & Drinks** – Instituto Español de Comercio Exterior, 2009
 - **Grandes Marcas de España**, Instituto Español de Comercio Exterior, 2005 (traducido al japonés y al chino mandarín).
-

Artículos más recientes (últimos 10 años)

“Construcción y Validación de un Índice Compuesto para el Análisis de la Marca País. Aplicación a la Marca España”, en edición (Forthcoming). ICE – Información Comercial Española – Revista de Economía, Ministerio de Economía, Abril 2026 (en colaboración con Washington Macías y Noelia Araújo)

“Exploration of Brand Orientation for Well-Known Brands from a Management Perspective”, Management Research, The Journal of the Iberoamerican Academy of Management. (en colaboración con Walter Palomino-Tamayo) (Forthcoming. Accepted for publication December 20th, 2025)

“From Greenwashing to Circularity: The Strategic Role of Marketing and Digital Technologies in Sustainable Tourism”, Business Strategy and the Environment, 2026, Wiley, <https://doi.org/10.1002/bse.70677> (en colaboración con Verónica Baena)

Formación de Posgrado para la Internacionalización: Análisis del Máster in International Management (MIM) en el proceso de formación de los becarios ICEX”, Información Comercial Española – ICE (En colaboración con Javier Landa y Miguel Angel Feito). DOI: <https://doi.org/10.32796/ice.2025.Especial.7931>

“Tourism in the Era of Social Responsibility and Sustainability: Understanding International Tourists’ Destination Choices”, Sustainability MDPI, 2024, 16, 8509 (en colaboración con Baena, Verónica) <https://doi.org/10.3390/su16198509>

“Impossible in nothing: Entrepreneurship in Cuba and small firms’ business performance” (2024), JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT, Marzo (en colaboración con Chetty, Sylve y Martín Martín, Oscar).

“The Firm Value and Marketing Intensity Decision in Conditions of Financial Constraint: A Comparative Study of the United States and Latin America”, JOURNAL OF INTERNATIONAL MARKETING (Julio 2020) (en colaboración con Palomino, W. y Timana, J.).

“Unauthorized use of famous brands and its impact on brand equity dimensions” (2019), REVIEW OF MARKETING SCIENCE, Vol. 16, nº 1, pp. 1-27. (en colaboración con Washington, M.)

“La marca en el sector de la alimentación en España. Un activo intangible que incrementa la competitividad en las empresas” (2018), Revista de Administración y Organización (ISSN: 1665-014X), Universidad Autónoma Metropolitana, México, Número 40. (con Nuñez-Barriopedro, E. y Ravina-Rippol, Rafael.

“Management experience or brand awareness? Which impacts more on the international of Spanish franchise service chains” (2017), EMPRENDIMIENTO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, Vol. 2, Nº 1, pp. 20-31. (Con Baena, Verónica).

“Trademark dilution: comparing the effects of blurring and tarnishment cases over brand equity” (2017), REF. REVISTA/LIBRO: MANAGEMENT & MARKETING JOURNAL - Challenges for the Knowledge Society (2017), Vol. 10, No. 2, Spring, pp. 90-103 (Con Washington Macías)

"Internacionalización de las Cadenas Hoteleras Españolas: Formas de Entrada y Resultados" (2017). REF. REVISTA/LIBRO: **Información Comercial Española ICE (2017 – N° Enero-Febrero 2017. N.º 894, P. 101-216)** – Con Sánchez-Herrera, Joaquín., Serra, Anthony. y Baena, Verónica.

"Trademark dilution and its practical effect on purchase decision" (2017) REF. REVISTA/LIBRO: **SPANISH JOURNAL OF MARKETING - ESIC Elsevier (SJME): 2017, vol. 21, pp. 1-13** (Con Macías Washington).

"Nuevas dimensiones y problemáticas en el ámbito de la creación y gestión de marcas" (2015), **Cuadernos de Estudios Empresariales (2015), vol. 24, P. 11-50** (Con Verónica Baena)

"New criteria to select foreign entry mode choice of global franchise chains into emerging markets" (2015), **Procedia Social and Behavioral Science - Elsevier 175 (2015), p. 260-267** (Con Verónica Baena).

Mattera, M., Baena, V. and Cerviño, J. (2014) 'Investing time wisely: enhancing brand awareness through stakeholder engagement in the service sector', **International Journal of Management Practice**, Vol. 7, No. 2, pp.126–143.

Baena, Verónica y Cerviño, Julio (2014), *"International Franchising Decision-Making: A Model for Country Choice"*, **Latin American Business Review**, Vol. 15, pp. 13-43.

Congresos más recientes - Congresos académicos y conferencias más recientes como ponente:

INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM TECHNOLOGY AND SYSTEMS, 6-8 Noviembre 2025 – Isla de Sal, Cabo Verde. Ponencia: "From Sustainable Tourism to Digital Inclusion: Spain's Vision for Eco-Friendly Travel in the Age of Ageing" (en colaboración con Verónica Baena)

ASCE 2025 35th Annual Conference – Recovering Cuba. October 24–25, 2025, at Florida International University in Miami. Ponencia: "Service Delivery and Satisfaction under Socialism: Contrasts with Western Economies" (En colaboración con Walter Palomino),

2025 AEMARK – Asociación Española de Marketing Académico y Profesional. XXXVI Congreso internacional de Marketing. Ponencia: "The political economy of customer experience. A cross cultural comparison of service delivery in Cuba and other western economies", 20-25 de septiembre, 2025, Murcia (España) - (en colaboración con Walter Palomino-Tamayo).

2025 EMAC - European Marketing Academy Spring Conference. Ponencia competitiva: "Does Economic Ideology Influence Service Satisfaction? ESIC University, Pozuelo de Alarcón (Madrid), 25-30 de Mayo, 2025 (en colaboración con Walter Palomino-Tamayo).

2025. XXXII Congreso EBEN España: Dinamizando el Cambio para un Futuro Responsable, Ético y Centrado en las Personas. Ponencia: Digital Transformation and Ethical Tourism: Spain's Journey to Sustainability (en colaboración con Verónica Baena), Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales de la Universidade de Santiago de Compostela del 21 al 23 de mayo de 2025.

2024. European International Business Academy (EIBA): "Franchising across borders: Key factors shaping global entry mode decisions", Helsinki (Alto University), Finlandia, 14-16 de diciembre, 2024. (en colaboración con Verónica Baena).

2024. INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM TECHNOLOGY AND SYSTEMS. Ponencia competitiva: The Role of Sustainability in Shaping International Tourism: A Comprehensive Case Study of Spain", 30-31 OCTOBER 2024 - MADEIRA, PORTUGAL (en colaboración con Verónica Baena).

2024. XIX Iberian International Business Conference. Ponencia competitiva. "A composite index for country brands with a sustainability factor", 11-12 de octubre, 2024, Evora (Portugal). En colaboración con Washington Macías y Noelia Araujo Vila.

2024, AMA Global Marketing Conference (American Marketing Association). Ponencia competitiva. "The moderating effect of culture on the marketing intensity-firm value relationship in global settings", 24-27 de mayo, Verona (Italia). En colaboración con Palomino, Walter y Timana, Juan.

2023, AMA Global Marketing Conference (American Marketing Association). Ponencia competitiva: "Does Communism Affect the Service Satisfaction?: Differences with Western Economies", mayo 31 a 2 de junio, Santiago de Chile (Chile). En colaboración con Palomino, Walter.

2022, AMA Global Marketing Conference (American Marketing Association). Ponencia competitiva: "The Effect of Organizational Inertia on Export Intensity and Customer Asset: Structural Internal Forces and Lack of Gender Diversity as a Source of Inertia", junio 1-3, Creta (Grecia). En colaboración con Palomino, Walter.

Congreso Internacional de ACEDE, Barcelona 2022

Ponencia: Exploring Firms' Brand Orientation of Prominent Brands (en colaboración con Walter Palomino-Tamayo)

2019 - Iberian International Business Conference 2019. 18-19 octubre 2019, Coimbra, Portugal. Ponencia: "Knowledge transfer, Organizational culture and firm performance in a transitional economy: the case of the hotel industry in Cuba", Ortega, Cristina y Cerviño, Julio.

2019 - ES Pan-European Conference 2019: HUMAN EVOLUTION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE. ARE YOU READY?, Organizada por LES - – Licensing Executive Society. Bloque 5 de IP Valuation (Valoración de Propiedad Industrial e Intelectual). Ponencia: Valuation of Trademarks within the Brand Identity Construct, 10-12 de septiembre, Madrid (España)

2019 - Jornadas de Posgrado. Universidad Internacional Menéndez y Pelayo: Globalización del Talento, 4-6 septiembre, 2019, Santander (España)

2019 AMA Global Marketing SIG Conference (American Marketing Association): Ponencia competitiva: "The Firm Value and Marketing Intensity Decisions in Conditions of Financial Constraints: A Comparative study of the United States and Latin America", Palomino, Walter, Timana, Juan y Cerviño, Julio. 20-23 de Mayo, 2019, Buenos Aires (Argentina).

Premios Obtenidos

- Premio **COPPEAD-UFRI** (Universidad Federal de Rio Janeiro) al artículo "Top 3 Most downloaded" en la revista Latin America Business Review, 2014.
- **Premio del Foro de Marcas Renombradas Españolas – Accésit** – por el trabajo titulado: "La importancia del renombre de marca y la experiencia en el proceso de internacionalización empresarial: una aplicación al sector de la franquicia española", presentado en el XXII Congreso Nacional de Marketing de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), Oviedo, **Septiembre del 2010** (en colaboración con V. Baena).
- **XII Premio del Círculo de Empresarios de España sobre Investigación Económica**, por el trabajo sobre "La Imagen Exterior de España y la Competitividad: Un plan de acción necesario para el futuro de la economía y las empresas españolas". Premio patrocinado por la **Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales. Julio 2009** (coordinado por J. Cerviño y con tres autores).
- **IMR (International Marketing Review) Best Paper in International Marketing**. Primera convocatoria de este premio, ofrecida en la Conferencia Annual del Academy of International Business, celebrada en Milán, en **Junio-Julio de 2008**.

Premio ofrecido por el *Journal International Marketing Review* y su editorial Emerald Group Publishing Limited, otorgado al trabajo de **Martín, Oscar y Cerviño, Julio**, titulado: **"Exploring the Determinants of Brand Country of Origin Recognition"** (aceptado para publicación en la revista IMR).

- **Premio del Foro Marcas Renombradas** en el XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, celebrado en Almería, 20-22 de **Septiembre de 2006**; a la ponencia *"Las marcas renombradas: implicaciones legales en el área de marketing"* realizada por Cerviño, Julio, Cubillo, José María y Sánchez, Joaquín. Premio patrocinado por el Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Oficina Española de Patentes y Marcas
- **Premio Alpha – al Mejor libro de marketing de autor español**, otorgado por el Club de dirigentes de Marketing de España – Asociación de Marketing de España, al libro: Cerviño, Julio: **Marketing Internacional: Nuevas Perspectivas para un Mercado Globalizado**, editorial Pirámide, **2006** (reeditado en 2008)
- **Primer Premio del Foro Marcas Renombradas del XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing**, Madrid 22 y 23 de septiembre 2005, por la ponencia "Influencia del Posicionamiento Competitivo de las Empresas en el Efecto Made in y Éxito Empresarial" (firmado conjuntamente con los profesores J. Sánchez-Herrera y J.M. Cubillo). Premio patrocinado por el Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Oficina Española de Patentes y Marcas.
- **Premio "Citation of Excellence - Highest Quality Rating" otorgado por ANBAR Electronic Intelligence** (Reino Unido – Actualmente Emerald Publishing), a los artículos más referenciados a nivel internacional. Artículo. "Global Integration Without Expatriates", firmado conjuntamente con el profesor J. Bonache.
- **Premio a la Mejor Tesis Doctoral - curso 1995/96 - Sección Empresariales.** Universidad Autónoma de Madrid.



En Madrid, abril 2026

Julio Cerviño

www.MarketinGroup.eu

jcervino@emp.uc3m.es

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	14/04/2026
Nombre	María Pilar		
Apellidos	Martínez Ruiz		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	MariaPilar.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	Teléfono	926053472
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: 5.067, índice h: 36, índice i10: 92. Desde 2019 citas: 2.358, índice h: 24, índice i10: 59 (14 de abril de 2026).

-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

Part A. PERSONAL DETAILS

Date of the CVA	1/12/2025
------------------------	-----------

Name and surname	RAMÓN ALBERTO CARRASCO GONZÁLEZ		
DNI/NIE/passport		Age	
Researcher ID no.	Researcher ID	23471715600	
	Orcid code	orcid.org/0000-0001-7365-349X	

A.1. Current professional situation

Agency	UNIVERSIDAD COMPUTENSE		
Dept./Centre	DEPARTAMENTO DE MARKETING / FACULTAD DE ESTUDIOS ESTADÍSTICOS		
Address	Av. Puerta de Hierro, 1, 28040 Madrid (Spain)		
Telephone	91 394 3960	email	ramoncar@ucm.es
Professional category	tenured university professor	Start date	11/12/2018
UNESCO code spec.	5311.05 Marketing; 1203.18 Information systems, design and components; 1203.04 Artificial Intelligence; 5311.05 Marketing (merchandising); 1203.18 Information systems, design and components; 1203.04 Artificial intelligence		
Key words	CRM, Decision Models, Recommendation Systems, Fuzzy Models, Sentiment Analysis, e-Commerce, e-Tourism		

A.2. Academic background (degree, institution, date)

Bachelor/Degree/Doctorate	University	Year
PHD IN COMPUTER SCIENCE	UNIVERSIDAD DE GRANADA	2003
COMPUTER SCIENCE GRADUATE	UNIVERSIDAD DE GRANADA	1992

A.3. General indicators of the quality of scientific output (see instructions)- 3 six-year research period. Total citations: 1410 (Google Scholar). 843 (Scopus). H-index: 23 (Google Scholar). 19 (Scopus). - 11 theses supervised (2 with international mention, 1 industrial doctorate).

Part B. FREE SUMMARY OF THE CURRICULUM (maximum 3500 characters, including blanks)

Dr. Carrasco joined the university system in 1995, initially as a researcher (within the research group Databases and Intelligent Information Systems) and, subsequently, as an associate professor at the University of Granada (2004-2013) and at the Complutense University of Madrid (since 2012) where he is currently Full Professor and Vice-Dean of Postgraduate Studies, Research and International Relations at the Faculty of Statistical Studies. Previously, he has also been Vice-Dean of Doctoral Studies, Research and Lifelong Learning in the Faculty of Commerce and Tourism and coordinator of the Master's Degree in E-Commerce. He is the author of various original teaching materials, including the publication of several books with ISBN. He has participated in many teaching innovation projects. University education has also been one of the areas of application of his research. He has also collaborated with other schools such as ENAE, PBS, the Centro Superior de Estudios de Gestión de la UCM, Universidad Internacional de Cataluña, CIFF Business School, AFI Escuela de Finanzas... He has been a research member (uninterruptedly since 1997) in more than 20 public projects and/or private research contracts (being the PI coordinator in 2 of the latter).

He has supervised 10 doctoral theses (two with European mention and one industrial doctorate). His research has resulted in more than 70 scientific publications with a relative quality index and several dozen congresses, most of them international; author of several books and book chapters. He has also been a research member (uninterruptedly since 1997) in more than 20 public projects and/or private research contracts. He regularly participates in article review activities for several JCR-indexed journals (mostly first quartile), international conferences and books. He leads the Complutense Research Group called D3MOS; he has

also carried out several knowledge transfers to the productive sector including two research projects in which he has been PI. He is also associate editor of the JCR Journal of Intelligent & Fuzzy Systems and member of the editorial board of the JCR Mathematics journal.

Dr. Carrasco has also been a banking professional working in the Caja General de Ahorros de Granada (1992-2011) and Banco Mare Nostrum (2011-2016) occupying various responsibilities among which are: Head of Business Intelligence (Marketing), Head of Information Systems (Data Warehousing and Business Intelligence), Project Manager (IT Development), etc. In the various positions he has held, he has facilitated and collaborated in tangible research transfers (contracts, collaborations...) between the University (from various research groups) and the private sector.

Part C. MOST IMPORTANT MERITS *(sorted by typology)*

C.1. Recent publications

1. Shu Z., Carrasco González R.A., García-Miguel J.P., Sánchez-Montañés M. (2024). "A Multi-Criteria Decision Support Model for Restaurant Selection Based on Users' Demand Level: The Case of Dianping. com" Information Processing and Management. Year: 2022 JIF: 8.6 Ranking: 4/84 (**D1**) Category: INFORMATION SCIENCE & LIBRARY SCIENCE - SSCI - SCIE.
2. M Camacho-Ruiz, RA Carrasco, G Fernández-Avilés, A LaTorre (2023). "Tourism destination events classifier based on artificial intelligence techniques." Applied Soft Computing. Year: 2022 JIF: 8.7 Ranking: 21/145 (**Q1**) Category: COMPUTER SCIENCE, ARTIFICIAL INTELLIGENCE - SCIE.
3. Velasco-López J.E., Carrasco R.A., Cobo M.J., Fernández-Avilés G. (2023). "Data-driven scientific research based on public statistics: a bibliometric perspective." _Profesional de la Informacion_, *32(3)*(e320314). doi:10.3145/epi.2023.may.14 <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.14>. Year: 2022 JIF: 4.2 Ranking: 19/96 (**Q1**)
4. Marín Díaz G., Carrasco González R.A. (2023). "Fuzzy Logic and Decision Making Applied to Customer Service Optimization." _Axioms_, *12(5)*(448). doi:10.3390/axioms12050448 <https://doi.org/10.3390/axioms12050448>. Year: 2022 JIF: 2.0 Ranking: 68/267 (**Q2**)
5. Shu Z., Carrasco González R.A., García-Miguel J.P., Sánchez-Montañés M. (2023). "Clustering using ordered weighted averaging operator and 2-tuple linguistic model for hotel segmentation: The case of TripAdvisor." _Expert Systems with Applications_, *213*(118922). doi:10.1016/j.eswa.2022.118922 <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.118922>. Year: 2022 JIF: 8.5 Ranking: 22/145 (**Q1**) Categoría: COMPUTER SCIENCE, ARTIFICIAL INTELLIGENCE - SCIE.
6. Vidal J., Carrasco R.A., Cobo M.J., Blasco M.F. (2023). "Data Sources as a Driver for Market-Oriented Tourism Organizations: a Bibliometric Perspective." _Journal of the Knowledge Economy_. doi:10.1007/s13132-023-01334-5 <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01334-5>. Year: 2022 JIF: 3.3 Ranking: 115/380 (**Q2**) Categoría: ECONOMICS - SSCI. Year: 2022 SJR: 0.576 Ranking: 8973 (Q2) Category: Economics and Econometrics (Q2)
7. Cid A., Hornos, M., Carrasco, R. A. & Herrera-Viedma, E. (2022). Decision-Making Model For Designing Telecom Products/Services Based On Customer Preferences And Non-Preferences. Technological and Economic Development of Economy, 28(6), 1818–1853. Impact index: 5.656 ISI JCR Social Science Edition. Ranking: 43 / 379 (**Q1**) Área: Economics
8. Carrasco-Aguilar A., Galán J.J. & Carrasco, R. A. (2022). Obamacare: A Bibliometric Perspective. Frontiers in Public Health, 1-18. Impact index: 6.461 ISI JCR Social Science Edition. Ranking: 18 / 182 (**D1**) Área: Public, Environmental & Occupational Health

9. Llorens M., Carrasco, R. A., Bueno, I., Herrera-Viedma, E. & Morente-Molinera, J.A. (2022). Multiple Criteria Approach Applied To Digital Transformation In Fashion Stores: The Case Of Physical Retailers In Spain. Technological and Economic Development of Economy, 500530. Impact index: 5.656 ISI JCR Social Science Edition. Ranking: 43 / 379 (**Q1**) Área: Economics
10. Bueno, I., Carrasco, R. A., Ureña R., & Herrera-Viedma, E. (2022). A business context aware decision-making approach for selecting the most appropriate sentiment analysis technique in e-marketing situations. Information Sciences, 589, 300-320. Impact index: 7.299 ISI JCR Science Edition Ranking: 16 / 164 (**D1**). Área: Computer Science, Information Systems
11. Shu Z., Carrasco, R. A., Portela J. & Sánchez-Montañés M. (2022). Multiple Scenarios of Quality of Life Index Using Fuzzy Linguistic Quantifiers: The Case of 85 Countries in Numbeo. Mathematics, 10, 2091, 1-28. Impact index: 2.592 ISI JCR Science Edition Ranking: 21 / 332 (**D1**). Área: Mathematics
12. Monje L., Carrasco, R. A., Rosado C. & Sánchez-Montañés M. (2022). Deep Learning XAI for Bus Passenger Forecasting: A Use Case in Spain. Mathematics, 10, 1428, 1-20. Impact index: 2.592 ISI JCR Science Edition Ranking: 21 / 332 (**D1**). Área: Mathematics
13. Marín G., Galán J.J. & Carrasco, R. A. (2022). XAI for Churn Prediction in B2B Models: A Use Case in an Enterprise Software Company, 10, 3896, 1-29. Impact index: 2.592 ISI JCR Science Edition Ranking: 21 / 332 (**D1**). Área: Mathematics
14. Galán J.J., Carrasco, R. A. & Latorre A. (2022). Military Applications of Machine Learning: A Bibliometric Perspective. Mathematics, 10, 1397, 1-27. Impact index: 2.592 ISI JCR Science Edition Ranking: 21 / 332 (**D1**). Área: Mathematics
15. Marín, G., Carrasco, R. A., Gómez, D. (2021). RFID: A Fuzzy Linguistic Model to Manage Customers from the Perspective of Their Interactions with the Contact Center. Case study of a retail business. Mathematics, 9, 2362, 1-27. Impact index: 2.592 ISI JCR Science Edition Ranking: 21 / 332 (**D1**). Área: Mathematics
16. González, R., Carrasco, R. A., Sánchez C., Bouzas D. (2021). A RFM model customizable to product catalogue and marketing criteria using fuzzy linguistic models. Case study of a retail business. Mathematics, 8, 1836, 1-31. Impact index: 2.592 ISI JCR Science Edition Ranking: 21 / 332 (**D1**). Área: Mathematics
17. Bueno, I., Carrasco, R. A., Porcel, C., Kou, G., & Herrera-Viedma, E. (2021). A linguistic multi-criteria decision making methodology for the evaluation of tourist services considering customer opinion value. Applied Soft Computing, 101, 1-18. Impact index: 8.263 ISI JCR Science Edition Ranking: 11 / 113 (**D1**). Área: Computer Science, Interdisciplinary Applications
18. Caio M., Carrasco, R.A., Herrera-Viedma, E. (2019). Data and artificial intelligence strategy: A conceptual enterprise big data cloud architecture to enable market-oriented organisations. International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence, 5(6), 7-14. Impact index: 2.561 ISI JCR Science Edition Ranking: 63 / 137 (**Q2**). Área: Computer Science, Artificial Intelligence

C.2. Recent projects

1. Project PID2019-103880RB-I00 "New Fuzzy Explainable Systems For Group Decision Making: Applications In The Digital World". Funding entity: Ministry of Science and Innovation. Call: National Plan Research Projects. State Programme for the Generation of Knowledge and Scientific and Technological Strengthening of the R&D&I System and the State Programme for R&D&I Oriented Towards the Challenges of Society. From September 2023 to August 2026. Principal Investigator: Francisco Javier Cabrerizo Lorite. Amount: 233750 €. Type of participation: Member of the research team.

2. Proyecto. PID2022-139297OB-I00, Nuevos Sistemas Difusos Explicables De Toma De Decisiones En Grupo: Aplicaciones En El Mundo Digital. Ministerio de Ciencia e Innovación. Francisco Javier Cabrerizo Lorite. 01/09/2023-31/08/2026. 233.750 €. Colaborador. "Desarrollo de sistema para toma de decisión en ambiente difuso explicables en ecomercio y marketing.

C.3. Recent contracts, technology or transfer merits

1. Project 551/2019 "Reputational studies of educational titles and brands and training needs of companies using fuzzy linguistic multi-criteria decision models". Funding entity: Mbit SL. Private Contract. From December 2019 to December 2020. Principal Investigator: Ramón A. Carrasco González. Type of participation: Principal Investigator.

C.4. Editorial Committees

1. Associate Editor of the JCR journal Journal of Intelligent & Fuzzy Systems. ISSN: 1875-8967.
2. Member of the editorial board of the journal JCR Mathematics.. ISSN: 2227-7390.
3. Member of the programme committee of the book: Handbook of Research on Fuzzy Information Processing in Databases, José Galindo (Ed.). Volume: 1. Publisher: Idea Group Inc. Country of publication: USA. Year of publication: 2008. ISBN: 978-1-59904-853.
4. Reviewer of articles for several prestigious international journals (included in relevant ISI JCR positions) such as: Knowledge-Based Systems; Information Sciences; Soft Computing; Tourism Management; Applied Soft Computing; Expert Systems With Applications. He has also reviewed several book chapters.

C.5. Organisation and Committees at scientific events

1. Member of the Programme Committee of the International Conference on the Ethical and Social Impacts of ICT (ETHICOMP 2021, ETHICOMP 2024 chair del track "Explainable Artificial Intelligence (XAI) and ethics).
2. Member of the Scientific Committee of 5th International Conference on Advanced Research Methods and Analytics (CARMA) 2023.
3. Member of the Programme Committee of 1st World Conference on eXplainable Artificial Intelligence International Conference (xAI 2023).
4. Member of the Scientific Committee of the Red de Investigación de Diversidad en Organizaciones, Comunidades y Naciones. 2023.
5. Member of the Organising Committee of the 17th International Conference on Intelligent Software Methodologies, Tools, and Techniques (SOMET 2018).
6. Member of the Organising Committee of the 23rd International Conference on Industrial, Engineering and other Applications of Applied Intelligent Systems (IEA/AIE 2010) que ocupa la ranking 46 de 701 according to the Computer Science Conference Ranking.

C.6. Awards

1. Papers presented at the following conferences have been selected among the best papers for further extension and publication in journals and/or book chapters: ICEIS 2002, ICEIS 2005, EUROCAST 2007, ITQM 2015, DATA 2022, 2023 SUMMER AMA (American Marketing Association) Conference (best paper in track).

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA	01/01/2026
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES *

Nombre	José Antonio		
Apellidos	Fraiz Brea		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	jafraiz@uvigo.gal	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	https://orcid.org/0000-0002-3190-6492		

* *datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	26/09/2023		
Organismo/ Institución	Universidad de Vigo		
Departamento/ Centro	Organización de Empresas y Marketing/F. CC Empres y Turismo		
País	España	Teléfono	988368738
Palabras clave	Turismo, Marketing, 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
11/04/1997- 25/09/2023	Titular de Universidad/Universidad de Vigo/España
29/11/1989- 10/04/1997	Titular de Escuela Universitaria/Universidad de Vigo/España
14/01/1989- 28/11/1989	Titular de Escuela Univeristaria Interino/Universidad de Sanitago/España
01/10/1987- 30/09/1988	Profesor Asociado D1 tiempo completo/ Universidad de Santiago/España
20/11/1986- 30/09/1987	Profesor Encargado de Curso Nivel C tiempo completo/Universidad Santiago/España

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Santiago de Compostela	1986
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Santiago de Compostela	1995

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

Parte B. RESUMEN DEL CV

- Sexenios: 3 (período 2002-2007; 2009-2014; 2015-2020).
- Sexenios de transferencia: 1 (2003-2009).
- Tesis doctorales dirigidas: 18 tesis dirigidas, de las cuales 9 fueron codirigidas; 5 de ellas obtuvieron **Premio Extraordinario, una fue premio a la mejor Tesis Doctoral**

del año 2016 otorgado por la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo y entregado el 20/01/2017 en FITUR, y otra es una Tesis con Mención Internacional.

- Artículos JCR: 42
- Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55820906500>
1439 citations, h-index: 19
- Web of Science, h-index: 19
- Google Scholar:
https://scholar.google.es/citations?view_op=list_works&hl=es&user=gTArA7YAAAAJ
5302 citations, h-index: 39, índice i10: 92
- Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Jose_Antonio_Brea

Mi curriculum se desarrolla en 4 ámbitos: docencia, investigación, transferencia y gestión. Desde el año 1987 llevo ejerciendo la docencia ininterrumpidamente primero en la Universidad de Santiago de Compostela, y luego con la segregación en la Universidad de Vigo (docencia en diplomaturas, licenciaturas, grados, Masters y doctorados). En cuanto a la investigación, bajo mi dirección se han leído 18 tesis doctorales; he asistido y presentado comunicaciones a numerosos congresos nacionales e internacionales, he publicado en numerosas revistas científicas nacionales e internacionales, así como capítulos de libro y libros en editoriales de gran relevancia y difusión como Pirámide, Síntesis, ESIC, Thomson, Springer y Mcgraw-Hill; también soy el investigador principal del grupo de investigación OC2 “Marketing y Turismo” de la Universidad de Vigo, lo que me ha permitido realizar proyectos de investigación, y organizar seminarios, jornadas y congresos nacionales e internacionales. Las líneas de investigación del Grupo se centran en Turismo de Salud (especial referencia al turismo termal), Turismo de naturaleza, Turismo Senior, Turismo Accesible, Turismo de series de televisión y cine, y Gestión de Crisis ante catástrofes que afectan negativamente al turismo. En lo que se refiere a transferencia, participo en comités asesores de Expourense, en workshop esporádicos con empresas e instituciones públicas, así como he realizado trabajos mediante contratos de I+D con empresas privadas e instituciones públicas; **además como experto en turismo he participado en sesiones de aportaciones y debate en: el Plan Estratégico de la Provincia de Ourense, el Plan de Termalismo de la Provincia de Ourense, y los dos últimos Planes Integrales de Turismo de la Xunta de Galicia.** En el ámbito de la gestión, he sido dos años Director de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Ourense, ocho años Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo; soy responsable desde hace 20 años del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud; y Coordinador del Doctorado Interuniversitario de Turismo en la Universidad de Vigo (integrado por 12 universidades, y en la que soy Secretario de la Comisión Académica).

En la actualidad soy el Presidente de la Red Interuniversitaria de Postgrados en Turismo (REDINTUR), que integra a 32 Universidades Públicas y Privadas españolas.

Participo en diversas asociaciones científicas y profesionales (AEDEM, AEMARK, AECIT, INSIGHTS+ANALYTICS ESPAÑA).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES.

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

Sá, V., Azevedo, L., & Fraiz Brea, J. A. (2025). Exploring Instagram Strategies: A Comparative Analysis of DMO in central region of Portugal. *Investigaciones Turísticas*, 29, 142-166. <https://doi.org/10.14198/INTURI.26423>. JCR, Q4.

Otegui Carles, A., Fraiz Brea, J. A., & Araújo Vila, N. (2025). Gender stereotypes in robotics in the field of tourism and hospitality. A conceptual paper. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 16(2), 389-408. JCR (2023): Q1, 5.3 (Hospitality, Leisure, Sport & Tourism); SJR (2023): Q1, 1.29 (Computer Sciences Applications), Scopus (2023): 8.4

Nieto Ferrando, J. J., Alén González, M. E., & Fraiz Brea, J. A. (2024). Efectos de los Medios de Comunicación Vs. Efectos de la Ficción Audiovisual en el Turismo. El profesional de la información, 33(2). <https://doi.org/10.3145/EPI.2024.0201>. SJR, Q1.

Alén-González, E., Rodríguez-Campo, L., Fraiz-Brea, J. A., & Louredo-Lorenzo, M. (2023). Multidimensional Analysis of Predictors of Behavioral Intentions in Music Festivals Using Environmental Psychology. Event Management, 27(3), 367-388. <https://doi.org/10.3727/152599522X16419948695215>. JCR, Q3.

Otegui Carles, A., Fraiz Brea, J. A., & Araujo Vila, N. (2023). The Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism: A Critical Literature Review. *Child Welfare*, 101(4). JCR (2022): Q4, 0,7 (Family Studies). ISSN: 00094021.

Toubes, D. R., Araújo-Vila, N., de Araújo, A. F., & Fraiz-Brea, J. A. (2023). Resilience and individual competitive productivity: the role of age in the tourism industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-11. JCR (2022): Q1, 3,5 (Social Sciences). SJR (2022): Q1, 0,71. ISSN:26629992.

Osacar, E., Brea, J. A. F., & Araújo Vila, N. (2022). Imágenes turísticas de las ciudades españolas a partir de la ficción audiovisual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (95), 7. doi: <https://doi.org/10.21138/bage.3314>. JCR (2021): Q4, 1 (Geography); SJR (2021): Q2, 0,35 (Geography, planning and development).

Araújo Vila, N., Brea, J. A. F., & De Carlos, P. (2021). Film tourism in Spain: Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in TV series. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100135. ISSN: 2444-8834. JCR (2019), Q1: 3,317. SJR (2020), Q1: 1,02.

R. Toubes, D., Araújo-Vila, N., & Fraiz-Brea, J. A. (2020). Be water my friend: Building a liquid destination through collaborative networks. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100619. ISSN 2211-9736. JCR (2020), Q1, 3.648; Scopus, SJR (2020): Q1, 1,19 (Tourism, Leisure and Hospitality Management). doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100619>.

C.2. Congresos, presentación oral:

6-7 Noviembre 2025. Araújo Vila, N., Rubio Escuderos, L. y Fraiz Brea, J.A. (2025). Inteligencia turística: el papel de la tecnología y la sostenibilidad en la gestión de destinos certificados. XV Congreso Internacional de Turismo y Tecnologías de Información y las Comunicaciones-TURITEC 2025, Málaga.

25-26 Septiembre 2025. Araújo Vila, N., Rubio Escuderos, L. y Fraiz Brea, J.A. (2025). Reconfiguración de la comunicación turística en la era digital: narrativas, tecnología y personalización. 24 Congreso Internacional AECIT, Palma de Mallorca.

24-26 Octubre 2024. R. Toubes, D., Araújo Vila, N. y Fraiz Brea, J.A. (2024). Gobernanza y rendición de cuentas en el turismo: Métricas para la sostenibilidad y los objetivos de desarrollo sostenible. 23 Congreso AECIT. Facultad de Ciencias y Turismo, Universidad Complutense de Madrid.

19-20 octubre 2023. Rodríguez Toubes, D., Araújo Vila, N. y Fraiz Brea, J.A. (2023). Best practices in technology usage for promotion of music festivals in Spain. XIV Congreso Internacional de Turismo y Tecnologías de Información y las Comunicaciones – TURITEC, Málaga (España).

31 mayo-2 junio 2023. Otegui Carles, A., Araújo Vila, N., y Fraiz Brea, J.A. (2023). Bibliometric Review on the Use of Six Sigma Methodology in the Tourism and Hospitality Industry. XXXVII Congreso Anual AEDEM, celebrado los días 31 de mayo y 1 y 2 de junio de 2023. Vigo, (España).

6-7 Mayo 2021. Toubes, D.R., Araújo Vila, N. y Fraiz Brea, J.A. (2021). Factors influencing the assesment of tourism damage caused by river floods. Conferência Internacional INVTUR (Aveiro, Portugal). Universidade de Aveiro.

15-18 Junio 2020. Araújo Vila, N., Cardoso, L., Fraiz Brea, J.A. y de Araújo, F. (2020). Religious tourism through Way of Saint James. The 6th International Conference of the Euro-Asia Tourism Studies Association (EATSA), Alghero, Sardinia (Italia).

5-7 Diciembre 2019. Araújo Vila, N., R. Toubes, D. y Fraiz Brea, J. A. (2019). Smart Experiences in Tourism. International Conference on Tourism, Technology & Systems- ICOTTS 19. Buenos Aires, Argentina.

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

“Análisis de los efectos de la ficción audiovisual en los destinos turísticos y en las experiencias de los turistas (ADYTUR)”.

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

DURACIÓN DESDE: 01/09/2024 HASTA: 01/09/2027

CUANTÍA DEL CONTRATO: 62.500 €

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Jorge Juan Nieto Ferrando y Sebastián Sánchez Castillo

INVESTIGADOR PARTICIPANTE: **José Antonio Fraiz Brea**

REFERENCIA: PID2020-112668GB-I00

“Retos para la transición digital en turismo: análisis de la inteligencia turística y propuestas normativas”.

ENTIDAD FINANCIADORA: MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y Unión Europea
“NextGenerationEU”/PRTR

DURACIÓN DESDE: 20/12/2022 HASTA: 20/12/2024

CUANTÍA DEL CONTRATO: 26.700 €

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Felio José Bauzá Martorell

INVESTIGADOR PARTICIPANTE: **José Antonio Fraiz Brea**

REFERENCIA: TED 2021-129763B-100

“Análisis cualitativo y cuantitativo de los factores de la ficción audiovisual que inducen el turismo, y de sus efectos en las audiencias y los potenciales turistas”.

ENTIDAD FINANCIADORA: Ministerio de Ciencia e Innovación

DURACIÓN DESDE: 01/01/2021 HASTA: 31/08/2024

CUANTÍA DEL CONTRATO: 43.560 €

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Jorge Juan Nieto Ferrando y Rosanna Beatriu Mestre Pérez

INVESTIGADOR PARTICIPANTE: **José Antonio Fraiz Brea**

REFERENCIA: PID2020-112668GB-I00

“Las ciudades españolas en la ficción audiovisual. Registro documental y análisis territorial y audiovisual”.

ENTIDAD FINANCIADORA: Agencia Estatal de Investigación (AEI)

DURACION DESDE: 01/01/2019 HASTA: 31/12/2021

CUANTÍA DE LA SUBVENCIÓN: 24.200 €

INVESTIGADOR PRINCIPAL: Carlos Manuel Valdés / Agustín Gámir Orueta

INVESTIGADOR PARTICIPANTE: **José Antonio Fraiz Brea**

REFERENCIA: RTI2018-094100-B-I00

“Estudio de mercado del turismo cinematográfico. Propuesta del modelo de aprovechamiento de los rodajes en Galicia para la promoción y generación de imagen turística”.

ENTIDAD FINANCIADORA: XUNTA DE GALICIA

DURACION DESDE: 06/08/2009 HASTA: 31/10/2012

CUANTÍA DE LA SUBVENCIÓN: 64.998 €

INVESTIGADOR PRINCIPAL: **José Antonio Fraiz Brea**

REFERENCIA: 09TUR006394PR

“Estudio de mercado del turismo accesible en España, oferta-demanda, y oportunidades de crecimiento en Galicia”

EMPRESA/ADMINISTRACIÓN FINANCIADORA: **Xunta de Galicia**

DURACIÓN DESDE: 01/11/2006 HASTA: 30/11/2008

CUANTÍA DE LA SUBVENCIÓN: 94.933 €

INVESTIGADOR PRINCIPAL: **José Antonio Fraiz Brea**

REFERENCIA: PGIDIT06CST30001PR

Fecha del CVA	30/04/2026
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	BEATRIZ		
Apellidos	RODRÍGUEZ HERRAEZ		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	beatriz.rodriquez@urjc.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0003-4880-4596		

A.1. Situación profesional actual

Puesto	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD		
Fecha inicio	11/11/2024		
Organismo/ Institución	UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS		
Departamento/ Centro	ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
País	ESPAÑA	Teléfono	616395764
Número de sexenios invest	2		

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
2024-	Profesor Titular de Universidad/URJC/ España
2014-2024	Profesor Contratado Doctor/URJC/ España/ Cambio de contrato
2009-2014	Titular de Universidad Interino /URJC/ España/ Cambio de contrato
2007-2009	Profesor Visitante /URJC/ España/ Cambio de contrato
2007-2009	Profesor Colaborador/Universidad Antonio de Nebrija/ España/ Incompatibilidad
1998/1999	Coordinadora de Estudios de Mercado/ Delphi Consultores Internacionales/ España/ Cambio de puesto
1999/2001	Coordinadora de Estudios Institucionales/ Delphi Consultores Internacionales/ España/ Cambio de puesto
2001/2004	Jefa de Estudios de Investigación Cualitativa/ Delphi Consultores Internacionales/ España/ Cambio de puesto
2004/2007	Jefa de Estudios Institucionales/ Delphi Consultores Internacionales/ España/ Cambio de puesto

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas	UCM/ España	1999
Doctorado en Marketing	UCM/ España	2004
Tesis doctoral	UCM/ España	2009

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”**

La trayectoria científica de la IP se caracteriza por la combinación de enfoques tradicionales y técnicas avanzadas de análisis de datos aplicadas a la comunicación, a la empresa social y al turismo, con publicaciones en revistas internacionales de alto impacto. Otras aportaciones clave son el estudio sobre factores que condicionan el cumplimiento de expectativas de emprendedores en programas de incubación en el que se identifica los factores comportamentales y de habilidades que inciden en el éxito percibido de la incubación, lo que ayuda al planteamiento de políticas de emprendimiento mejores y de formación empresarial. En cuanto al ámbito turístico, ha realizado trabajos como el análisis del gasto familiar en restauración en la época post COVID que ofrece modelos innovadores que vinculan consumo, recuperación económica y desigualdades de género, aportando evidencias para la toma de decisiones en hostelería y políticas de recuperación económica. Las investigaciones se han orientado especialmente al conocimiento de los problemas reales de empresas y sectores productivos generando resultados fácilmente transferibles.

La gran mayoría de las aportaciones se han difundido en acceso abierto y se encuentran depositadas en el repositorio institucional de la URJC, lo que facilita su reutilización por parte de empresas, administraciones y otros agentes sociales. Las métricas de uso muestran un impacto social y profesional más allá del ámbito estrictamente académico, especialmente entre doctorandos, estudiantes de máster y docentes, que utilizan estos trabajos como referencia para sus proyectos o tesis. El número de citas totales con las que cuenta la investigadora son de 848, lo que dan lugar en su totalidad a un índice h de 13 y un índice i10 de 17. En cuanto a los datos de los últimos 5 años, el número de citas es de 497, mientras que el índice h es de 9 y el índice i10 de 9.

La actividad investigadora se ha complementado con un acompañamiento a la formación de jóvenes investigadores, tanto en la dirección de tesis doctorales como en los trabajos fin de grado o fin de máster. Las líneas de trabajo en turismo, comunicación y empresa social se han convertido en el eje fundamental de su trabajo.

Al mismo tiempo, la investigadora ha liderado el grupo de investigación consolidado por la URJC denominado EcoTuG, en el que se trabaja sobre ciudades, economía sostenible, movilidad, turismo y gobernanza. Estas actividades se han complementado con tareas editoriales y de evaluación de artículos, lo que refuerza su papel en la comunidad académica y su capacidad para valorar trabajos de otros investigadores.

En cuanto a los proyectos ha participado en los siguientes:

1. Proyecto. Grupo de investigación consolidado en economía, transporte, turismo y gobernanza de la URJC. Universidad Rey Juan Carlos. Rodríguez Herráez, Beatriz. 01/01/2024-31/12/2024. Investigador principal.
2. Proyecto. Grupo de investigación consolidado EcoTTuG de la Universidad Rey Juan Carlos. Universidad Rey Juan Carlos. Rodríguez Herráez, Beatriz. 01/01/2021-30/06/2022. Investigador principal.
3. Proyecto. Observatorio Tendencias Eco-City Ref. interna V470. FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS, S.A. (FCC). Delgado Jalón, María Luisa; Rivero Menéndez, José Ángel. 10/06/2014-10/06/2016. Miembro de equipo.

La publicación de sus trabajos en acceso abierto dejan de manifiesto su compromiso con la ciencia abierta y la importancia que tiene para ella la colaboración de investigadores y la posibilidad de acceder a los resultados de los trabajos de otros investigadores. Ha colaborado con otros investigadores nacionales e internacionales lo que evidencia la capacidad de establecer redes de cooperación.

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).

Beatriz Rodríguez Herraéz; Vera Gelashvili ; Delgado, M. L.(1/3). 2025. The impact of Covid-19 on workers" attitudes toward teleworking. Global Economics Research. 1/2. ISSN 3050-8037. <https://doi.org/10.1016/j.ecores.2025.100005>

Hernández-Tamurejo, A.; Beatriz Rodríguez Herraéz; Nombre Mora Agudo. (2/3). 2024. Teleworking and commuting mode choice in the post-Covid 19 era as a challenge for organisations. Management Decision. 62/10, pp.3040-3062. ISSN 0025-1747. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2023-1185>

Artículo científico. Javier De Esteban Curiel; Arta Antonovica ; Beatriz Rodríguez Herraéz. (3/3). 2024. Longitudinal analysis of gender differences regarding entrepreneurial resilience. International Entrepreneurship and Management Journal. 20, pp.2811-2838. ISSN 1554-7191. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01000-5>

Artículo científico. Álvaro Hernández-Tamurejo; Álvaro Saiz Sepúlveda; Beatriz Rodríguez Herraéz; José Ramón Saura. (3/4). 2024. Exploring consumer perceptions of engine technology in vehicle purchase decision-making. ESIC Market, 55(1), e336. <https://doi.org/10.7200/esicm.55.336>

Artículo científico. Hernández-Tamurejo, A.; María Leonor Mora Agudo; Beatriz Rodríguez Herraéz. (3/3). 2023. Telework and the limited impact on traffic reduction ¿ Case study Madrid (Spain). Acta Logistica. 10/3, pp.423-434. ISSN 1339-5629. <https://doi.org/10.22306/al.v10i3.411>

Artículo científico. Javier de Esteban Curiel; Arta Antonovica; Beatriz Rodríguez Herraéz. (3/3). 2023. Drivers for economic recovery: analysis of family expenditure on catering services. British Food Journal. 125/13. ISSN 0007-070X. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2022-0599>

Artículo científico. Arta Antonovica ; Javier De Esteban Curiel; Beatriz Rodríguez Herraéz. (3/3). 2023. Factors that determine the degree of fulfilment of expectations for entrepreneurs from the business incubator programmes. International Entrepreneurship and Management Journal. ISSN 1554-7191. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00818-12>

Artículo científico. José Ramón Saura ; Pedro Palos-Sanchez ; Beatriz Rodríguez Herraéz. (3/3). 2020. Digital Marketing for Sustainable Growth: Business Models and Online Campaigns Using Sustainable Strategies. Sustainability. 12/3, pp.1003-1007. <https://doi.org/doi:10.3390/su12031003>

Artículo científico. José Ramón Saura; Beatriz Rodríguez Herraéz; Ana Reyes-Menendez. (2/3). 2019. Comparing a traditional approach for financial Brand communication analysis with a Big Data analytics technique. IEEE Access. ISSN 2169-3536. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2905301>

Capítulo de libro. Arta Antonovica ; Javier Alfonso de Esteban Curiel; Beatriz Rodríguez Herraéz; María Luisa Delgado Jalón. (3/4). 2017. Sustainable Smart Cities. Creating Spaces for Technological, Social and Business Development. Smart Tourism Destination in Madrid. Springer International Publishing. pp.101-114. ISBN 978-3-319-40894-1. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-40895-8>

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

Ha participado en más de 25 congresos nacionales e internacionales, tanto para la presentación oral como de invitada.

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 .

Proyecto. Proyecto de innovación y mejora de la docencia "Nuevas herramientas docentes: medición de resultados para potenciar el aprendizaje autónomo del estudiante, tanto en titulaciones online como no online, bilingües y no bilingües". Universidad Rey Juan Carlos. Samino García, Rocío. (Universidad Rey Juan Carlos). 15/09/2012-15/06/2013. 500 €. La contribución consistió en aplicar las nuevas herramientas en el aula y tratar los datos estadísticamente, así como la redacción del informe final.

Proyecto. La comunicación en los destinos turísticos y el desarrollo del turismo cultural en España. Beatriz Rodríguez Herraiz. (Instituto Nacional de Turismo) 2005-2009. 24.000€. La contribución fue total al ser el único investigador, desde el planteamiento, recogida de datos, tratamiento de datos, redacción del informe, presentación de resultados.

Proyecto. Desarrollo e implantación de un localizador innovador de información en el Campus Virtual. Universidad Complutense de Madrid; Universidad Complutense de Madrid. Enrique Ortega Martínez. 2008-2008. 6.000 €. La contribución consistió en recoger datos del campus virtual, desarrollo del localizador.

Proyecto. Diseño de un instrumento multimedia con materiales didácticos para el Campus Virtual. Enrique Ortega Martínez. 2006-2006. €. La contribución consistió en recoger materiales didácticos de acceso abierto en internet de utilidad para los docentes y estudiantes y con ellos crear un instrumento multimedia donde poder localizarlos rápidamente.

Proyecto. Diseño de un sistema de información sobre la oferta turística en la Comunidad de Madrid. Enrique Ortega Martínez. Desde 01/01/2011. La contribución consistió en diseñar un sistema de información a partir de los resultados obtenidos en una encuesta en la que también participó.

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.*

Contrato. Observatorio Tendencias Eco-City Fomento Construcciones y Contratas. (Universidad Rey Juan Carlos). 01/12/2013-01/01/2017. 100.000 €. La contribución consistió en la participación en el diseño del cuestionario, en el análisis estadístico de los datos, en la redacción del informe y en la presentación de los resultados.

Colaboración en 2024/2025 en el proyecto de Estrategia Urbana de la Oficina de Nuevo Plan General de Madrid, participando en la Mesa de Movilidad donde se plantean propuestas de movilidad diversa, universal y sostenible de la ciudad para abordar mecanismos como la racionalización de la demanda de transporte, el desarrollo y conectividad de diversos modos y la aplicación de nuevas tecnología. La mesa está compuesta por funcionarios de la administración local, autonómica y estatal, representantes del ámbito académico, profesional, empresarial, etc.