

| | |
|--|------------|
| Fecha del CVA | 22/10/2018 |
| Extensión máxima 4 páginas | |
| Este documento no será subsanable | |



Parte A. DATOS PERSONALES

| | | | |
|--------------------------------------|-------------------|---------------------|----|
| Nombre y apellidos | DAVID MARTIN RUIZ | | |
| DNI/NIE/pasaporte | | Edad | 43 |
| Núm. identificación del investigador | Researcher ID | E-6818-2010 | |
| | Código Orcid | 0000-0002-2914-8063 | |

A.1. Situación profesional actual

| | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--|
| Organismo | UNIVERSIDAD DE SEVILLA | | |
| Dpto./Centro | ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING. FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES | | |
| Dirección | RAMON Y CAJAL s/n, 41018, Sevilla | | |
| Teléfono | 954556133 | Correo electrónico | dmartin@us.es |
| Categoría profesional | PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD | Fecha inicio | 11/11/2008 |
| Espec. cód. UNESCO | 5311.05 | | |
| Palabras clave | Customer value, Service value, Customer Equity Management | | |

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

| Licenciatura/Grado/Doctorado | Universidad | Año |
|--|------------------------|------|
| Licenciado en CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (Plan de 1974) | Universidad de Sevilla | 1997 |
| Doctorado en DIRECCION DE EMPRESAS Y GESTION DE MARKETING | Universidad de Sevilla | 2001 |

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

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

Nuestro curriculum investigador tiene tres líneas de investigación claramente definidas. La primera y más importante es la que se deriva de la publicación de la tesis, en torno al valor percibido por el cliente y la fidelidad. En esta línea encontramos un total de 9 publicaciones en revistas, entre las que se encuentran la Journal of Business Research, la Services Industries Journal, la International Journal of Service Management, o la Journal of Consumer Behaviour, así como revistas nacionales tales como la Revista de Psicología del Deporte y la Revista Española de Investigación de Marketing.

La segunda línea de investigación gira en torno al turismo, en la que encontramos 4 publicaciones en revistas como Tourism Management, International Journal of Tourism Research, y Tourism and Hospitality Management.

Finalmente, existe una tercera línea en torno a aspectos de marketing estratégico. En esta línea encontramos otras 4 publicaciones de relevancia, en revistas como la International Journal of Service Industries and Management, la Journal of Small Business Management, y Management Decision.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- 1.1 Carmen Barroso Castro, David Martín Ruiz & Enrique Martín Armario (2007): **“The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination’s image and tourists’ future behavior”**, *Tourism Management*, vol.28 (1), 175-187. Ed. Elsevier.
- 1.2 David Martín Ruiz, Carmen Barroso Castro & Enrique Martín Armario (2007): **“Explaining market heterogeneity in terms of value perceptions”**, *The Service Industries Journal*, vol.27 (8), 1087-1110. Ed. Taylor & Francis.
- 1.3 Julia Martín Armario, Enrique Martín Armario & David Martín Ruiz (2008): **“Market Orientation and Internationalization Process in Small and Medium Enterprises”**, *Journal of Small Business Management*, 46 (4), 485-511. Ed. Blackwell.
- 1.4 David Martín Ruiz & Francisco Javier Rondán Cataluña (2008): **“The Nature and Consequences of Price Unfairness in Services: a Comparison to Tangible Goods”**, *International Journal of Service Industry and Management*, vol. 19 (23), 325-352.
- 1.5 David Martín Ruiz, Dwayne D. Gremler, Judith H. Washburn & Gabriel Cepeda Carrión (2008): **“Service Value Revisited: Specifying a Higher-Order, Formative Measure”**, *Journal of Business Research*, Special Issue on Formative Measurement, vol. 61 (12), 1278-1291.
- 1.6 David Martín Ruiz, M. Castellanos, y A. Oviedo (2010): **“A visitors’ evaluation index for a visit to an archaeological site”**, *Tourism Management* 31, 590-596.
- 1.7 Fco. Javier Rondán-Cataluña y David Martín Ruiz (2010): **“Customer Perceptions about Music Concerts and CDs”**, *Management Decision*, Special Issue on Music Business and Technology, vol.48 (9), 1410-1421.
- 1.8 Vega-Vázquez, M., Cossio-Silva, F.J. y David Martín Ruiz (2012): **“Does the firm’s market orientation behaviour influence innovation’s success?”**, *Management Decision*, 50 (8), 1145-1464.
- 1.9 García, J., Martín Ruíz, D., y G. Cepeda (2012): **“La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centros de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT”**, *Revista de Psicología del Deporte*, 21 (2), 309-319. Ed.UAB.
- 1.10 Martelo-Landroguez, S. y Martín-Ruiz, D. (2016): **“Managing knowledge to create customer service value”**, *Journal of Service Theory and Practice*, Vol. 26 Iss: 4, pp.471 - 496.
- 1.11 Reguera-Alvarado, N., Blanco-Oliver, A. y D. Martín-Ruiz (2016): **“Testing the predictive power of PLS through cross-validation in banking”**, *Journal of Business Research*, Special Issue on Prediction-oriented Modeling in Business Research by Means of Partial Least Squares Path Modeling.
- 1.12 Martín Ruiz, D., Rosa, I.M., y J. Rondán (2013): **“Efectos de los cambios de precios en el valor de la cartera de clientes: estudio del caso de la venta online de carne de ternera”**



ecológica”, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Volume 22, Issue 4, October–December, 169–176.

- 1.13 Castellanos, M., A. Oviedo, y David Martín Ruiz (2011): **“Tourist Assessment of Archaeological Sites: The Case of The Archaeological Complex of Itálica (Seville, Spain)”**, Visitor Studies 14 (1), 1-13.
- 1.14 Martín Ruíz, D., Barroso, C. y I.M. Rosa (2012): **“Creating customer value through service experiences: an empirical study in the hotel industry”**, Tourism and Hospitality Management, 18 (1), 37-53. Ed. University of Rijeka.
- 1.15 Fco. Javier Rondán-Cataluña y David Martín Ruiz (2010): **“Moderating Effects in Consumers’ Perceptions of Price Unfairness”**, Journal of Consumer Behaviour 254, December, 245-254.
- 1.16 Ángeles Oviedo García, Mario Castellanos Verdugo & David Martín Ruiz (2008): **“Gaining Residents' Support for Tourism and Planning: Empirical Evidence from Santiponce”**, International Journal of Tourism Research, vol. 10 (2), 95-109.
- 1.17 Enrique Martín Armario, Francisco J. Acedo González & David Martín Ruiz (2006): **“Los Frentes de Investigación Dominantes en Marketing”**, Revista Española de Investigación de Marketing, vol. 10 (17), 93-110. Ed. ESIC.
- 1.18 Gabriel Cepeda Carrión & David Martín Ruiz (2005): **“A review of case studies publishing in Management decision 2003-2004: guides and criteria for achieving quality in qualitative research”**, Management Decision, vol.43 (6), 851- 876. Ed. Emerald.
- 1.19 Carmen Barroso Castro, Enrique Martín Armario & David Martín Ruiz (2004): **“The Influence of Employee Organizational Citizenship Behavior on Customer Loyalty”**, International Journal of Service Industry and Management, vol. 15 (1), 27-53. Ed. Emerald.
- 1.20 David Martín Ruiz, Carmen Barroso Castro & Enrique Martín Armario (2004): **“El Valor Percibido de un Servicio”**, en la Revista Española de Investigación de Marketing, Ed. ESIC, vol. 8 (1), 47-75.

C.2. Proyectos

- 1.1 Investigador Principal en el Proyecto de Excelencia **“El Papel del Customer Relationship Management (C.R.M.) y las Capacidades Dinámicas Vinculadas a su Aplicación como Fuente de Ventaja Competitiva en el Ámbito de los Servicios”**, código: P06-SEJ-01975, financiado por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía, entre el 2011 y hasta el 2014. Cuantía: 50000 euros.
(http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=18673).
- 1.2 Investigador Colaborador en **“El Papel de la Mujer como Impulsor del Liderazgo de Servicio y su posible Influencia en la Capacidad de Adaptación Tecnológica y la Creación de Valor en los Centros de Fitness”** (ECO2017-88499-P). Inicio: 2018, hasta 2020. IP: Silvia Martelo/Gabriel Cepeda.
(https://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=28419)
- 1.3 Investigador Colaborador en el Proyecto **“Inyectando Emociones y Conocimiento a las Capacidades Organizativas para crear Valor en Eventos de Deporte Profesional”**,



código ECO2013-49352-EXP, años 2014-2017. IP: Gabriel Cepeda.
(https://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=24592)

- 1.4 Investigador Colaborador en el Proyecto Nacional **“Conocimiento, Aprendizaje y TIC en la Génesis de Capacidades Dinámicas: Impacto en el Sector Bancario”**, código: ECO2011-28641-CO2-01, financiado por el Ministerio de Economía, entre el 2011 y hasta el 2014. Cuantía: 15000 euros. IP: Gabriel Cepeda
(http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=20203)
- 1.5 Investigador Colaborador en el Proyecto de Excelencia **“Efectos de las Capacidades Organizativas sobre la Creación de Valor en el Ámbito de los Servicios”**, código: P06-SEJ-01975, financiado por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía, entre el 2007 hasta el 2010. IP: Carmen Barroso
(http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=11846)
- 1.6 Investigación Colaborador en el Proyecto Nacional Competitivo número RACEF/001/11, **“Consolidación semántica de términos económicos y empresariales”** otorgado por la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras de España, entre el 2011 al 2012.
- 1.7 Investigador Colaborador en el Proyecto **“Orientación al Mercado y Capacidades Distintivas”**, código PAI: SE-140-J, financiado por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía, entre el 2006 hasta el 2008. IP: Enrique Martín
(http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=12285)

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- 1.1 Investigador en el Contrato “La cadena de fidelidad en usuarios de centros deportivos privados españoles”, Código 1037/0443, subvencionado por Technogym, año 2010-2012. (http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=20077). IP: Jerónimo García.
- 1.2 Investigador en el Proyecto “Estudio sobre las características, percepciones y comportamiento de los turistas que visitan la ciudad de Sevilla”, código SI-025/08, financiado por el Consorcio de Turismo de Sevilla, entre el año 2008 y 2012 (http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=14363). IP: Francisco J. Cossío.
- 1.3 Investigador en el Proyecto “Estudio de Investigación sobre las características, percepciones y comportamientos de los Turistas en la Provincia de Sevilla en el año 2009”, código 0572/0298, financiado por la Diputación de Sevilla, año 2010. (http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=18141). IP: Carmen Barroso.
- 1.4 Investigador en el Proyecto “La Estructura de gastos del consumidor y sus implicaciones”, Código PAI: SI-102/05, financiado por BP-Oil España, entre el 2005 y 2006. (http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=10281). IP: Carmen Barroso.
- 1.5 Investigador en el Proyecto “Análisis sobre la demanda turística de Sevilla”, Código PAI: SI-062/04, financiado por el Consorcio de Turismo de Sevilla, 2003-2008. (http://investigacion.us.es/sisius/sis_proyecto.php?idproy=8067). IP: Carmen Barroso.
- 1.6 Investigador en el Proyecto “Desarrollo de una metodología que permita recoger, analizar, y comprender el movimiento turístico y el comportamiento de los turistas que visitan la provincia de Sevilla”, Código PAI: SI-111/07, financiado por la Diputación Provincial de Sevilla (PRODETUR), año 2007-2008. IP: Carmen Barroso.