

Fecha del CVA	22/10/2018
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	M ^a del Rocío Martínez Torres		
		Edad	44 años
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	E-6611-2010	
	Código Orcid	0000-0002-1640-0020	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Dpto. Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) / Facultad de Turismo y Finanzas		
Dirección	Avda. San Francisco Javier, s/n		
Teléfono	954554310	correo electrónico	rmtorres@us.es
Categoría profesional	Titular de Universidad	Fecha inicio	10/10/2008
Espec. cód. UNESCO	531199		
Palabras clave	Big data and Business Intelligence in Social Media: Análisis de comunidades de práctica; Análisis semántico; Análisis de Redes Sociales; Estudios de Género		

A.2. Formación académica

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1996
Doctora en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Sevilla	2003

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

Sexenios concedidos: 2

Fecha del último sexenio concedido: 12 de junio de 2013 (período 2007-2012)

Tesis dirigidas en los últimos 10 años: 5, recibiendo una de ellas el Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad de Sevilla, curso 10/11, y recibiendo otra la Mención internacional, dentro de un programa con mención de calidad, curso 16/17

Citas totales: 612

Promedio de citas/año durante los últimos 5 años (sin incluir el año actual): 66.4

Publicaciones totales en primer tercil (T1): 11

Índice h: 15

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

La principal línea de investigación se centra en el análisis de los patrones de comportamiento de los usuarios de comunidades virtuales/online modelando sus interacciones como una red social y analizando el contenido compartido. Las características topológicas relativas a la participación de los usuarios tales como el grado, centralidad de cercanía y de intermediación, coeficiente de clustering, diámetro de la red, ASP (Average Shortest Path), etc. se han

analizado mediante el uso de técnicas de análisis de redes sociales, tanto a nivel local (características de los usuarios como miembros de una red) como a nivel global (características de la red en su conjunto). El contenido de la información intercambiada se ha analizado mediante técnicas de análisis semántico tales como LSI (Latent Semantic Indexing) o análisis de sentimiento. El objetivo es obtener los perfiles de los usuarios atendiendo a sus características de participación, la estructura de la comunidad, la capacidad de la comunidad para atraer nuevos usuarios que lleguen a la categoría de expertos (participación periférica legítima), los principales tópicos de discusión dentro de la comunidad y su capacidad para crear y compartir conocimiento. Esta línea de investigación se desglosa en las siguientes sublíneas:

- Comunidades de proyectos de software de código abierto. Las técnicas anteriores se han utilizado en el análisis de comunidades de proyectos de software de código abierto (open source software projects). Estos proyectos representan un claro ejemplo de paradigma de inteligencia colectiva. Esta línea cuenta con financiación de un proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía, de tres años de duración, donde es IP.
- Comunidades de innovación abierta: Se trata de otro paradigma emergente en innovación, basado en la idea de que las organizaciones deben también confiar en aquellas ideas generadas externamente a los límites de la organización. Uno de los métodos más populares para implementar la estrategia de innovación abierta es a través de las comunidades de innovación abierta, donde los usuarios pueden enviar, compartir, comentar y evaluar ideas usando un portal específico gestionado por la organización (i.e. Dell IdeaStorm, My Starbucks Idea,...). Esta línea cuenta con financiación de un proyecto del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, modalidad 1, "Retos Investigación", de tres años de duración y donde es IP.
- Comunidades de boca a boca electrónico. Las comunidades de boca a boca electrónico o en inglés eWOM (e-Word of Mouth) han adquirido con el desarrollo de Internet una especial relevancia como medio de influencia en las decisiones de compra de los consumidores. Esta línea cuenta con financiación del proyecto de la Fundación Hergar de un año, y del proyecto de la Fundación Mapfre, de un año de duración, siendo responsable de ambos proyectos.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

1. **Martinez-Torres, M. R.**, Arenas-Marquez, F.J., Olmedilla, M., Toral, S.L. (2018): "Identifying the features of reputable users in eWOM communities by using Particle Swarm Optimization", *Technological Forecasting and Social Change*, 133, pp. 220-228 (JSCR-2017: 3.129; Categoría: BUSINESS, Posición 38 de 140, T1, Q2)
2. Teso, E., Olmedilla, M., **Martinez-Torres, M. R.**, Toral, S.L. (2018). Application of text mining techniques to the analysis of discourse in eWOM communications from a gender perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, pp. 131-142 (JSCR-2017: 3.129; Categoría: BUSINESS, Posición 38 de 140, T1, Q2)
3. Toral, S., **Martínez Torres, M. R.**, & González-Rodríguez, M. R. (2018). Identification of the Unique Attributes of Tourist Destinations from Online Reviews. *Journal of Travel Research*, 57 (7), 908-919 (JSCR-2017: 5.169). *Hospitality, Leisure, Sport & Tourism*, Posición 2 (50), T1, Q1
4. González-Rodríguez, M. R., **Martínez Torres, M. R.**, & Toral, S. (2016). Post-visit and pre-visit tourist destination image through eWOM sentiment analysis and perceived helpfulness. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(11). (JSCR-2016: 3,196; *Hospitality, Leisure, Sport & Tourism*, Posición 3(45), T1, Q1)
5. **M.R. Martinez-Torres**, M. Olmedilla (2016) Identification of innovation solvers in open innovation communities using swarm intelligence, *Technological Forecasting and Social Change*, 91, pp. 146-160 (JSCR-2016: 2.625; Categoría: Business, Posición 42(121), T1, Q2)

6. M. Olmedilla, **M.R. Martínez-Torres**, S. L. Toral (2016) Harvesting Big Data in Social Science: A methodological approach for collecting online user generated content, *Computer Standards & Interfaces*, 46, 79-87. (JSCR-2016: 1,633; *Categoría: Computer Science, Software Engineering, Posición 40(106), T2, Q2*)
7. M. Olmedilla, **M.R. Martínez-Torres**; S. L. Toral (2016) Examining the power-law distribution among eWOM communities: a characterisation approach of the Long Tail. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28 (5), 601-613 (JSCR-2016: 1.273; *Categoría: Management, 123(193), T2, Q3*)
8. **M. R. Martínez-Torres**, F. Rodríguez-Piñero, & S. L. Toral (2015): Customer preferences versus managerial decision-making in open innovation communities: the case of Starbucks. *Technology Analysis & Strategic Management*, 27 (10), 1226-1238. (JSCR-2015: 0.845; *Categoría: Management, 139(192), T3, Q3*)
9. **M.R. Martínez-Torres**, M.C. Díaz-Fernández, S. Toral, F. Barrero García (2015): "The Moderating Role of Prior Experience in Technological Acceptance Models for Ubiquitous Computing Services in Urban Environments", *Technological Forecasting and Social Change*, 91, pp. 146-160 (JSCR-2015: 2.678; *Categoría: Business, Posición 25 de 112, T1, Q1*)
10. Arenas-Marquez, F. J., **Martínez-Torres, M. R.**, Toral, S. L. (2014): "Electronic word of mouth communities from the perspective of Social Network Analysis", *Technology Analysis & Strategic Management*, 26 (8), pp. 927-942 (JSCR-2013: 0.841)
11. **Martínez Torres, M.R.** (2014): "Identification of Intangible Assets in Knowledge based Organizations using Concept Mapping Techniques", *R&D Management*, 44 (1), pp. 42-52. (JSCR-2013: 1.266)
12. **Martínez Torres, M.R.** (2014): "Análisis de Open Innovation Communities from the perspective of Social Network Analysis", *Technology Analysis & Strategic Management*, 26 (4), pp. 435-451. DOI: 10.1080/09537325.2013.851378 (JSCR-2013: 0.841)
13. **Martínez Torres, M.R.**; Díaz Fernández, M.C. (2013): "A study of global and local visibility as web indicators of research production", *Research Evaluation*, 22 (3), pp. 157-168 (JSCR-2013: 1.338)
14. **Martínez Torres, M.R.** (2013): "Application of evolutionary computation techniques for the identification of innovators in open innovation communities", *Experts Systems with Applications*, 40 (7), pp. 2503-2510 (JCR-2013: 1.965)

C.2. Proyectos

1. Título: "Caracterización del fenómeno de la 'Cola Larga' en los portales de boca a boca electrónico"; Empresa/Administración financiadora: Fundación HERGAR; Entidades participantes: Universidad de Sevilla y Léonard de Vinci Pôle Universitaire, Francia; IP: M.R. Martínez Torres; Duración, 2018-2019; Cuantía: 5.000€; Tipo de participación: Investigadora principal
2. Ref.: ECO2013-43856-R; Título: "Estrategias de Innovación Abierta en el marco de las TICs"; Entidad financiadora y convocatoria: Ministerio de Economía y Competitividad, Proyectos de I+D+i; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; IP: Dra. M.R. Martínez Torres; Fecha de inicio y de finalización: 2014-2017; Cuantía: 20300€; Tipo de participación: Investigadora principal
3. Ref.: P12-SEJ-328; Título: Análisis del paradigma del software de Código Abierto desde la perspectiva del Análisis Semántico y del Análisis de Redes Sociales; Entidad financiadora y convocatoria: Junta de Andalucía, Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, dentro del Programa de Incentivos a los Agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento, Proyectos de Investigación de Excelencia; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; IP: Dra. M.R. Martínez Torres; Fecha de inicio y de finalización: 2014-2017; Cuantía: 42011.75 €; Tipo de participación: Investigadora principal
4. Ref. EA2009-0039; Título: Análisis del acceso de la mujer a los puestos directivos de las universidades españolas y propuestas para conseguir la igualdad participativa de género; Entidad financiadora y convocatoria: Subdirección General de Estudios, Análisis y Evaluación (Ministerio de Educación y Ciencia), Programa de Estudios y Análisis 2009;

Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; IP: Dra. M.R. Martínez Torres; Fecha de inicio y de finalización: 2009-2010; Cuantía: 12880 €, Tipo de participación: Investigadora principal

5. Ref. EA2008-0042; Título: Metodología de diseño y estructuración de las nuevas titulaciones de master en el ámbito de las TIC mediante el uso de mapas conceptuales; Entidad financiadora y convocatoria: Subdirección General de Estudios, Análisis y Evaluación (Ministerio de Educación y Ciencia), Programa de Estudios y Análisis 2008; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; IP: Dra. M.R. Martínez Torres; Fecha de inicio y de finalización: 2008-2009; Cuantía: 18000 €, Tipo de participación: Investigadora principal

C.3. Contratos

1. Título: "Impacto de las opiniones de los productos aseguradores en los social media"; Empresa/Administración financiadora: Fundación Mapfre; Entidades participantes: Universidad de Sevilla; Duración: 2015-2016; Cuantía: 15000 €, IP: M.R. Martínez Torres
2. Título: El turismo 2.0 y los Social media como medios de influencia en las decisiones de compra (Ref. AIFH2014/005); Empresa o entidad: Fundación Hergar; IP: Dra. M^a del Rocío Martínez Torres; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; Fecha de inicio y finalización: 20/03/2014 al 19/03/2014; Cuantía: 500€
3. Título: Evaluación y control del Desarrollo y Fomento del Espíritu Empresarial en Empresas de Economía Social a través de Programas Formativos de Educación (Ref. 01031/0041); Empresa o entidad: Fundación Innovación de la Economía Social, INNOVES; IP: Dr. Francisco Espasandín Bustelo; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; Fecha de inicio y finalización: 01/10/2010 al 31/05/2011; Cuantía: 50000€
4. Título: Ciencia y sociedad: una mirada desde las mujeres; IP: Dra. M^a Jesús Cala; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; Fecha de inicio y finalización: 01/03/2007 al 31/12/2007
5. Título: Integración de la participación de colectivos en la planificación del desarrollo local mediante mapas conceptuales (Ref. CR-11/02); Empresa o entidad: Consejería de la Presidencia, Agencia Andaluza de Cooperación Internacional; IP: Dr. Emilio Pablo Díez de Castro; Entidad de afiliación: Universidad de Sevilla; Fecha de inicio y finalización: 2002 a 2004; Cuantía: 30000€

C.5. Estancias en centros extranjeros

Una estancia de 3 meses en el Dept. of Computer Science and Technology, University of Bedfordshire (2011), y tres estancias de tres meses en la Liverpool Business School, Liverpool John Moores University, UK (2012, 2013, 2015).

C.6. Otros méritos de I+D

1. Responsable del grupo de investigación "SEJ-548: Big Data and Business Intelligence in Social Media" en el Plan Andaluz de Investigación (desde 2014)
2. Evaluación de proyectos COST. European Cooperation in Science and Technology, 2014.
3. Miembro de la Asociación de Mujeres Investigadoras y Tecnólogas (AMIT), desde el año 2003
4. Miembro del Seminario Interdisciplinar de Estudios de las Mujeres de la Universidad de Sevilla (SIEMUS), desde el año 2013
5. Revisora de revistas científicas
6. Management Committee Substitute Member del Action IS1004: WEBDATANET: web-based data-collection - methodological challenges, solutions and implementations; Entidad de la que depende: COST Office
7. Miembro de comités editoriales: Social Networking (Scientific Research), Journal of Administrative and Economic Sciences (Emerald Group Publishing Limited), International Journal of Distributed Systems and Technologies (IGI Publishing)