

Fecha del CVA	26/03/2025
---------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre *	María Haydée		
Apellidos *	Calderón García		
Sexo *		Fecha de Nacimiento *	
DNI/NIE/Pasaporte *		Teléfono *	
URL Web			
Dirección Email			
Identificador científico	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) *	0000-0002-4774-7465	
	Researcher ID	K-33833-2014	
	Scopus Author ID	15740969500	

* Obligatorio

A.1. Situación profesional actual

Puesto	CATEDRÁTICO DE UNIVERSIDAD		
Fecha inicio	2020		
Organismo / Institución	Universitat de València		
Departamento / Centro	DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACION DE MERCADOS/ FACULTAD DE ECONOMÍA		
Número de sexenios	4		
País	España	Teléfono	963929313 - 8313
Palabras clave			

A.2. Situación profesional anterior

Periodo	Puesto / Institución / País
2016 - 2022	Directora del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valencia
2022-actualidad	Directora del máster en Internacionalización Económica. Universidad de Valencia

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

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

- Artículo científico.** Kolbe, D.; Frassetto, M.; Calderon, H.(0/). 2022. The role of market orientation and innovation capability in export performance of small-and medium-sized enterprises: a Latin American perspective. 918997 - Multinational Business Review. 30-2, pp.289-312. ISSN 1525-383X. <https://doi.org/10.1108/MBR-10-2020-0202>
- Artículo científico.** Fayos, T.; Calderón, H.; García-García, J. M; ; Derqui, B.(2/4). 2022. The upcoming rise of SMEs in cross-border public procurement: is it a matter of networking capabilities?.307325 - Journal of International Entrepreneurship. 20-4, pp.537-563. ISSN 1570-7385. <https://doi.org/10.1007/s10843-022-00310-5>
- Artículo científico.** Tubillejas-Andrés, B.; Cervera-Taulet, A.; Calderon Garcia, H.(0/). 2021. Assessing formative artscape to predict opera attendees' loyalty'. 001021 - European Business Review. 33-1, pp.154-179. ISSN 0955-534X. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0273>
- Artículo científico.** García Ortiz, P; Calderón García, H; Fayos Gardó, T; Roa Vivas, N. (2/4). 2021. Dynamic marketing capabilities as drivers of international

channel integration: is this true for Latin American SMEs?. 007977 - Qualitative Market Research. Emerald. 24-5, pp.653-682. ISSN 1352-2752. <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2021-0007>

- 5 **Artículo científico.** Kolbe, D.; Calderón, H.; Frassetto, M.(0/3). 2021. Multichannel integration capability through innovation capability in manufacturing SMEs and its impact on performance. 913783 - Journal Of Business & Industrial Marketing. ISSN 0885-8624. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2020-0204>
- 6 **Artículo científico.** Cotarelo, M.; Calderón, H.; Fayos, T.(0/3). 2021. A Further Approach in Omnichannel LSQ, Satisfaction and Customer Loyalty. 918961 - International Journal Of Retail & Distribution Management. ISSN 0959-0552.
- 7 **Artículo científico.** Cotarelo, M.; Fayos, T.; Calderón, H.; Mollà, A.(0/4). 2021. Omni-Channel Intensity and Shopping Value as Key Drivers of Customer Satisfaction and Loyalty. 917758 - Sustainability. ISSN 2071-1050. <https://doi.org/10.3390/su13115961>
- 8 **Artículo científico.** Tubillejas-Andrés, B.; Cervera-Taulet, A.; Calderón García, H.(0/). 2020. The performing arts experience: Reflections about the opera attendees. 030408 - Ekonomski vjesnik = Econviews. University of Osijek. 33-2, pp.339-350. ISSN 0353-359X.
- 9 **Artículo científico.** Tubillejas-Andrés, B.; Cervera-Taulet, A.; García, H. C.(0/). 2020. How emotional response mediates servicescape impact on post consumption outcomes: An application to opera events.918858 - Tourism Management Perspectives. 34, pp.100660. ISSN 2211-9736. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100660>
- 10 **Artículo científico.** Nidia Roa; Paula A. García; Haydée Calderón; Teresa Fayos. (0/4). 2020. El rol de las capacidades dinámicas de networking en la internacionalización de pymes latinoamericanas. 030454 - Indagare. Universidad de Ibagué. 8. ISSN 2357-3899. <https://doi.org/10.35707/indagare/814>
- 11 **Artículo científico.** Tubillejas-Andrés, B.; Cervera-Taulet, A.; Calderón García, H.(0/3). 2019. Feeling emotions in the public performing arts sector: does gender affect?. 313775 - International review of public and nonprofit marketing. Springer. 16, pp.1-22. ISSN 1865-1984. <https://doi.org/10.1007/s12208-018-0216-4>
- 12 **Artículo científico.** Calderón García, Haydee; Fayos Gardó, Teresa; Frassetto del Toro, Marta. (1/3). 2019. The Transition of small Spain wineries howard multi-channel distributions. 018714 - International Journal of Wine Business Research. 32, pp.138-152. ISSN 1751-1070. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2018-0071>

C.2. Congresos

- 1 Paula Andrea Garcia Ortiz; Haydee Calderon; Teresa Fayos, Nidia Roas. Dynamic marketing capabilities as drivers in international channel integration un Latin-American firms.. CERR 2020. 5th Colloquium on European Research in Retailing. 15856 - Colloquium on European Retailing Research (CERR). 2020. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 2 Haydee Calderón; Teresa Fayos; Mitxel Cotarelo. Omni-channel intensity and shopping value as key drivers to customer satisfaction and loyalty. CERR 2020. 5th Colloquium on European Research on Retailing. 15856 - Colloquium on European Retailing Research (CERR). 2020. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 3 Tubillejas-Andrés, B.; Cervera-Taulet, A.; Calderón García, H.. A QCA Approach for predicting online museum's audience engagement.. 19th International Congress of the International Association on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM). 13442 - International Association of Public and Non Profit Marketing. 2020. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 4 Tubillejas Andrés, B.; Calderón García, H.; Cervera-Taulet, A.. Social Media Engagement in museums: exploratory research. 19th International Marketing Trends Congress. 6091 - ESCP Europe. 2020. Francia. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 5 Tubillejas-Andrés, B.; Cervera-Taulet, A.; Calderón García, H.. The performing arts experience: reflections about the opera attendees. 18th International Congress of the International Association on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM). 13442 - International Association of Public and Non Profit Marketing. 2019. Hungría. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.

- 6 Tubillejas-Andrés; B. Calderón García; H. Cervera-Taulet, A.. Social e-servicescape analysis in a cultural festival for audience development: an application for the Granada music and dance festival. Cultural Festivals Organization & Management International Workshop. 2019. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 7 Haydeé Calderón; Teresa Fayos; Blanca Moreno de Castro. Are Universities aware of all the values that can be co-created in their relations with companies?. ICERI 2019 12th annual International Conference of Education, Research and Innovation. W0019 - IATED (International Association of Technology, Education and Development). 2019. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.
- 8 Teresa Fayos; Hayde Calderón; Blanca Moreno de Castro. Which values are co-created through University-business relationships in developing countries?. ICERI2019 12th annual International Conference of Education, Research and Innovation. W0019 - IATED (International Association of Technology, Education and Development). 2019. España. Participativo - Ponencia oral (comunicación oral). Congreso.

C.3. Proyectos y Contratos

- 1 **Proyecto**. ECO2017-83051-R, Implicaciones de la digitalización y la omnicanalidad para los procesos de compra y los modelos de negocio. Ministerio de Economía y Competitividad. Alejandro Mollá y Marta Frasquet. (Universitat de València). 01/01/2018-31/12/2020. 20.000 €.
- 2 **Proyecto**. ECO2017-83051-R, Implicaciones de la digitalización y la omnicanalidad para los procesos de compra y los modelos de negocio.. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, y la Agencia Estatal de Investigación.. Alejandro Mollá Descals (IP1); Marta Frasquet Deltoro (IP2),. (Universitat de València. Dpto. Comercialización e Investigación de Mercados). 01/01/2018-31/12/2020. 20.570 €.
- 3 **Contrato**. Efectes econòmics de les indústries creatives sobre la renda i la productivitat de la ciutat de València Vicerectorat de Participació i Projecció Territorial de la Universitat de València. (Facultad d'Economía. Universitat de Valencia). 01/12/2018-28/12/2018. 6.000 €.