



## Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios)

Jesús Cambra obtuvo la cátedra de universidad en noviembre de 2016 (BOE de 26 de diciembre), si bien ha estado acreditado desde el año 2013. Hasta el momento tiene reconocidos de manera ininterrumpida 3 sexenios de investigación (último 2015-2020), contando ya con méritos más que suficientes para solicitar el cuarto sexenio. Desde diciembre de 2015 hasta diciembre de 2023 ha ejercido como Decano de la Facultad de CC Empresariales de la Universidad Pablo de Olavide.

La calidad de su actividad investigadora se pone de manifiesto tanto con el número como con la calidad de sus publicaciones. Es autor de un total de 70 artículos publicados en revistas indexadas en la base JCR de las que 35 se consideran Q1 en las áreas de Business/ Management. Destacan contribuciones en revistas como *Journal of Retailing*, *Journal of Service Research*, *International Journal of Research in Marketing*, *Journal Business Ethics*, *International Small Business Journal*, *Technovation*, *Industrial Marketing Management*, *Supply Chain Management: an International Journal*, o *Cornell Hospitality Quarterly*. Además, es autor de otros 21 artículos internacionales, la mayoría correspondientes a revistas de Q1 y Q2 de Scopus. Ha publicado libros o capítulos de libros en editoriales de reconocido prestigio como Pearson, Routledge o Palgrave.

Ha obtenido varios premios de investigación (Mejor artículo español de investigación en marketing/ AEMARK en 3 ocasiones; Mejor ponencia en marketing, Congreso ACEDE en 4 ocasiones); mejor artículo publicado en la revista *Supply Chain Management and International Journal* (2018, *runner-up*); artículo más citado en revista *Growth & Change* (2022). Además, en 2012 obtuvo el reconocimiento como *Honorary Research Fellow* en la Universidad de *Strathclyde* (Glasgow, RU) que sigue ostentando hasta la fecha.

Además, tiene reconocidos 4 quinquenios de docencia, todos con evaluación positiva, y la mención de EXCELENCIA a su actividad docente por el programa DOCENTIA. Ha sido Presidente de la Sección de Marketing de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa, y formado parte de la Junta Directiva de la Asociación. Ha dirigido 13 tesis doctorales (2 premios extraordinarios). Sus trabajos han sido citados en más de 5.000 ocasiones (Google Scholar), recibiendo un promedio 551 citas anuales durante los últimos 5 años. En la *Web of Science* el número de citas supera las 700. Su índice h es de 42 (Google Scholar; 31 desde 2019) y su i10 es de 80. En la *Web of Science* su índice h es 29.

Hasta el momento ha (co)dirigido 13 tesis doctorales. Destacar que todos ellos se encuentran actualmente desarrollando su carrera académica en universidades públicas o privadas de España (UPO, Zaragoza, Valencia, CUNEF, UDIMA), Mexico (TEC Monterrey), Perú (Universidad de Lima) y Ecuador (Universidad de Cuenca). Una de estas personas ya ha alcanzado el grado de catedrático de universidad en nuestro país. Actualmente se encuentra co-dirigiendo 1 tesis más.

**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).

AC: autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición / autores totales.

**Si aplica, indique el número de citaciones y promedio por año.**

#### Artículos académicos publicados (selección)

-Cambra-Fierro, J., López-Pérez, M., Pérez, L., Tejada-Tejada, M. (2025). Public-private networks for green innovation: insights from an energy sector supply-chain partnership. *Sustainable Development*, en prensa.

-Cambra-Fierro, J., Patricio, L., Polo-Redondo, Y., Trifu, A. (2025). It's the moment of truth: a longitudinal study of touchpoint influence on business-to-business relationships. *Journal of Research in Interactive Marketing*, en prensa.

- Cambra-Fierro, J., López-Pérez, M., Melero, I., Pérez, L., Tejada-tejada, M. (2024). Smart innovations for sustainable cities: Insights from a public-private innovation ecosystem. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31, 1654-1666.
- Osorio, L., Centeno, E., Cambra-Fierro, J. (2023). An empirical examination of human brand authenticity as a driver of brand love. *Journal of Business Research*, 165, 114059.
- Cambra-Fierro, J., Gao, L., Melero, I., Patricio, L. (2022). Theories, constructs, and methodologies to study COVID-19 in the service industries. *The Service Industries Journal*, 42 551-582.
- Cambra-Fierro, J., Gao, L., López-Pérez, M., Melero, I. (2022). How do macro-environmental factors impact customer experience?. *The Service Industries Journal*, 42 653-687.
- Cambra-Fierro, J., Gao, L., Melero, I., Trifu, A. (2022). How do firms handle variability in customer experience? A dynamic approach to better understanding customer retention". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102578.
- Cambra-Fierro, J., Pérez, L. (2022). (Re) thinking smart in rural contexts: A multi-country study. *Growth & Change: A Journal of Urban and Regional Policy*, 53, 868-889.
- Cambra-Fierro, J., Gao, L., Melero, I. (2021). The power of social influence and customer– firm interactions in predicting non-transactional behaviors, immediate customer profitability, and long-term customer value. *Journal of Business Research*, 125, 103-119.
- Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I., Patricio, L., Sese, J. (2020). Channel habits and the development of successful customer–firm relationships in services. *Journal of Service Research*, 23 456-475.
- Cambra-Fierro, J., Flores, A., Pérez, L., Valera, G. (2020). CSR and branding in emerging economies: The effect of incomes and education. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27, 2765-2776.
- Huerta, R., Cambra-Fierro, J., Fuentes, M. (2020). The interplay between social media communication, brand equity and brand engagement in tourist destinations: An analysis in an emerging economy. *Journal of Destination Marketing and Management*, 16, 100413.
- Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I., Sesé, J., van Doorn, J. (2018). Customer–firm interactions and the path to profitability: a chain-of-effects mode. *Journal of Service Research* 21,201-218.
- Olavarría, A., Cambra-Fierro, J., Centeno, E., Vázquez-Carrasco, R. (2018). Relationship quality as an antecedent of customer relationship proneness: A cross-cultural study between Spain and Mexico. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42. 78-87.
- Cambra-Fierro, J., Melero-Polo, I., Sesé, J., (2018). Customer value co-creation over the relationship life cycle. *Journal of Service Theory and Practice*, 28, 336-355.
- Pérez, L., Cambra-Fierro, J. (2017). Taking advantage of disruptive innovation through changes in value networks: Insights from the space industry. *Supply Chain Management: an International Journal*, 22 92-99
- Cambra-Fierro, J., Grott, E., Pérez, L. (2017). Towards a co-creation framework in the retail banking services industry: Do demographics influence. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34 219-228
- Cambra-Fierro, J., Kamakura, W., Melero, I., Sese, J. (2016). Are multichannel customers really more valuable? An analysis of banking services. *International Journal of Research in Marketing*, 33, 208-212.
- Cambra-Fierro, J., Melero, I., Sese, J. (2015). Managing complaints to improve customer profitability". *Journal of Retailing*, 91 109-12
- Cambra-Fierro, J., Pérez, L. (2015). Learning to work in asymmetric relationships: insights from the computer software industry. *Supply Chain Management: an International Journal*, 2, 1-10.
- Pérez, A., Cambra-Fierro, J. (2013). Listen to the market: do its complexity and being market

oriented make companies more innovative? *Technovation*, 33,80-192.

### **Premios de investigación**

- ACEDE (2023): Mejor ponencia de la sección de Marketing, XXXII Congreso ACEDE.
- ACEDE (2022): Mejor ponencia de la sección de Marketing, XXXI Congreso ACEDE.
- ACEDE (2021): Premio Rodolfo Vázquez Casielles a la mejor ponencia de la sección de Marketing, XXX Congreso ACEDE.
- Wiley most-cited authors* (2023), por el artículo publicado en *Growth & Change: A Journal of Urban and Regional Policy* (2022).
- AEMARK (2022): Mejor artículo de investigación en marketing, convocatoria 2012, por el artículo publicado en *Journal of Business Research* (2021), *runner-up*.
- AEMARK (2021): Mejor artículo de investigación en marketing, convocatoria 2012, por el artículo publicado en *Journal of Service Research* (2020), *runner-up*.
- Emerald Literati Awards, Highly Commended Paper* (2018), por el artículo publicado en la revista *Supply Chain Management: An International Journal*.
- AEMARK (2016): Mejor artículo de investigación en marketing, convocatoria 2016, por el artículo publicado en *Journal of Retailing* (2015)
- AEMARK (2015): Mejor tesis doctoral en marketing (co-dirección), tesis presentada por Iguacel Melero. Esta tesis obtuvo la Mención Internacional y también fue Premio Extraordinario de Doctorado por la Univ. de Zaragoza.
- European Marketing Academy* (2014): *Runner-up, Best Paper Award based on a Doctoral Dissertation, European Marketing Academy Conference*.
- Asociación Nacional de Marketing Académico y Profesional (2013): Mención de Calidad, selección para el *special issue* de la revista REIM, XXV Congreso Nacional de Marketing.
- ACEDE (2013): Mejor ponencia de la sección de Marketing, XXII Congreso ACEDE.
- Universidad Carlos III/ AECA (2009): Mención de Calidad, I Jornadas de Investigación sobre la Pequeña y Mediana Empresa e Iniciativa Empresarial
- European Applied Business research Conference* (2005): *Best Paper Award, Atenas*.
- ACEDE (2005): Finalista Premio Sanchís Alcocer, XV Congreso ACEDE, La Laguna.

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

Se ha asistido con regularidad a los Congresos Internacionales de EMAC, SERVSIG y Marketing Science, y a los Nacionales ACEDE y AEMARK, así como a otros workshops de ámbito internacional para un total de 85 aportaciones relevantes en este ámbito. Varias de estas ponencias han obtenido premios y menciones de calidad. Ha actuado como moderador y comentarista en distintos congresos nacionales e internacionales. Ha sido organizador de las II Jornadas sobre Iniciativas Empresariales, PYMES y Empresa Familiar

**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.**

### **Proyectos de investigación**

**“Transición digital en la empresa aplicando inteligencia artificial: gestión del *customer journey digital*”**. Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) TED2021-130861A-I00. Duración 01/10/2022 a 01/10/2024. IP: Iguácel Melero Polo

**“Image recovery of tourist destinations after COVID-19: Analysis in the Euroregion Alentejo-Algarve-Andalusia”**. Junta de Andalucía/ Unión Europea. Duración 01/07/2021 a 30/06/2022. IP: Jesús J. Cambra Fierro. Financiación recibida: 60.000 euros.

**“Mobile First: Cómo mejorar la experiencia del cliente a través del marketing móvil”**. Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) PID2020-114874GB-I00. Duración de 01/01/2022 a 31/12/2024. IPs F. Javier Sesé Oliván e Iguácel Melero Polo.

**“The customer journey: diseñando el mapa de la experiencia del cliente”** (ECO2017-83993-P) IP: Yolanda Polo Redondo/ Javier Sesé Oliván Duración: 01/01/2018 a 31/12/2020; Financiación recibida (en euros): 49.603 euros

**“Marketing de experiencias para una gestión integral y rentable de las relaciones con los clientes”** (ECO2014-54760) IP: Yolanda Polo Redondo/ Javier Sesé Oliván Duración: 01/01/2015 a 31/12/2017; Financiación recibida (en euros): 69.575 euros

**“Hacia un Nuevo Modelo de Gestión de las Relaciones: Integrando los Comportamientos Transaccionales y No Transaccionales para Explicar el Valor del Cliente”** (ECO2011-23027). IP: Yolanda Polo Redondo. Duración: 01/01/2012 a 31/12/2014; Financiación recibida (en euros): 108.900 euros

**“Loyalty Programs and their Impact on Customer Value Management”**. (PRI-AIBDE-2011-1329). IP: Yolanda Polo Redondo (España); Manfred Krafft (Alemania). Duración: 01/12/2011 a 31/08/2014; Financiación recibida (en euros): 8.000 euros

**Grupo de Investigación GENERÉS (S09)** IP: Yolanda Polo Redondo Entidad financiadora: Gobierno de Aragón Duración: 01/01/2005 a 31/12/2018; Financiación recibida (en euros): 244.200 euros

**“Análisis de la Dinámica de las Relaciones entre proveedor y cliente: el papel de los costes de cambio y los efectos de red en los servicios” (ECO 2008-04704)**. IP: Yolanda Polo Redondo Duración: 01/01/2009 a 31/07/2012; Financiación recibida (en euros): 95.590 euros

**“Análisis Estratégico del Impacto de los Costes de Cambio y los Efectos de Red en las TIC’s: aproximación como mecanismo de retención de clientes”** (SEJ 2005-05968/ECON); IP: Yolanda Polo Redondo Duración: 01/01/2006-31/12/2008; Financiación recibida (en euros): 56.700 euros

### **Dirección de Tesis Doctorales**

Ha dirigido 13 tesis doctorales. Todas ellas han obtenido la máxima calificación. 2 de ellas han recibido el Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad de Zaragoza. Además, una ha sido reconocida por AEMARK con el Premio a la Mejor Tesis Doctoral leída en el área de Comercialización e Investigación de Mercados (2015).

**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.*

Director del Observatorio Andaluz de Economía Azul, coordinado con el Clúster Marítimo Marino de Andalucía (desde diciembre de 2023).

Director de la Cátedra "Spain Film Commission de Economía de los Rodajes (desde mayo de 2024).

Vocal del Consejo Andaluz de Comercio. Junta de Andalucía (desde octubre de 2018).

Contrato de servicios para la realización de un estudio sobre los efectos de la ampliación de los horarios comerciales en Andalucía (Art. 60 LOSU). Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo, Junta de Andalucía. Duración: 03/05/2023-31/10/2023. IP: María Fuentes Blasco.

Contrato de servicios para la realización de un estudio sobre los efectos de etiquetado y envasado de vino en el marco de la DO Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda. la ampliación de los horarios comerciales en Andalucía (Art. 60 LOSU). Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo, Junta de Andalucía. Duración: 07/01/2016-01/10/2016. IP: Jesús Cambra Fierro.

Proyecto Orientación al mercado y al aprendizaje en el sector vinícola aragonés. Fundación de Economía Aragonesa. Duración: 01/01/2010-30/06/2011. IP: Jesús Cambra Fierro.

Industria agroalimentaria y entorno rural: el caso de los productos del Somontano. Diputación Provincial de Huesca. 2008.