

CURRICULUM VITAE NORMALIZADO

Ayudas a proyectos de I+D para dar respuesta a los retos de los destinos turísticos.

Convocatoria 2021

A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	FRANCISCO JAVIER OUBIÑA BARBOLLA		
DNI/NIE/pasaporte		Edad:	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	L-3022-2013	
	Código Orcid	0000-0002-8168-0284	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Autónoma de Madrid		
Dpto./Centro	Financiación e Investigación Comercial		
Dirección			
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Profesor Titular Universidad	Fecha inicio	2006-08-03
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctorado. DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	Universidad Autónoma de Madrid	2000
Licenciado en Ciencias Empresariales	Universidad Autónoma de Madrid	1994

Méritos y aportaciones más relevantes, trayectoria científica, principales logros científico-técnicos obtenidos:

Javier Oubiña Barbolla es Vicerrector de Estudiantes y Empleabilidad de la Universidad Autónoma de Madrid. Profesor titular de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Autónoma de Madrid desde 2006. Tiene dos tramos de investigación reconocidos por la CNEAI - Comisión Nacional de Evaluación de la Actividad Investigadora - (2005-2010 y 2011-2016), así como un tramo adicional de Sexenio de Transferencia obtenido en la única convocatoria realizada hasta el momento en esta área (2005-2010). Ha codirigido dos tesis doctorales y dirige actualmente tres tesis. Ha publicado 21 artículos en revistas indexadas en índices

relativos de calidad. Concretamente, tiene 10 publicaciones indexadas con valoración SJR SCImago, 4 de ellas con JCR en SSCI o SCI. Y 12 publicaciones con valoración en DICE, indexadas en Google metrics e INRECS. Citas totales (Google Scholar): 446; Citas últimos 5 años: 287. Total de Pub. Q1: 1 (ISI). Índice h: 11; Índice i10:12

Algunas de las revistas académicas donde ha publicado su investigación son: Food Quality and Preference (Q1), Business Research Quarterly (Q3), British Food Journal (Q3), Journal of Retailing and Consumer Services y Journal of Product and Brand Management.

Entre los premios recibidos se pueden destacar, el 2012 Awards for excellence al artículo publicado en British Food Journal en 2011, el Premio EAERCD a la ponencia "Perceived value of retail service and loyalty to the commercial chain: The role of propensity to buy store brands", presentada en la 17th EARCD Conference (2013). Y un accésit del Foro de Marcas Renombradas a la ponencia presentada en el Congreso de Profesores Universitarios de Marketing.

Sus principales líneas de investigación, en el marco del Grupo de Investigación reconocido por la UAM al que pertenece (Marketing: Experiencia del consumidor y marca. ARKCONSUM), se centran en el Marketing Digital en el sector servicios y fijación de precios en el sector aéreo (yield y revenue management). En lo que respecta a la producción científica relacionada con conceptos de la línea de investigación de esta convocatoria, destacan las siguientes publicaciones:

- Oubiña, J. (2020): "Transformación digital, redes sociales y comercio electrónico en la estrategia empresarial frente a la covid-19." *Economistas*, N 170, ISSN 0212-4386, (Ejemplar dedicado a: Actividad empresarial en la pandemia de la covid-19), págs. 140-155
- Rubio, N.; Villaseñor, N. & Oubiña, J. 2015. Consumer identification with store brands: Differences between consumers according to their brand loyalty. *BRQ Business Research Quarterly* . 18: 111 – 126.
- Rubio, N., Oubina, J., & Gomez-Suarez, M. (2015). Understanding brand loyalty of the store brand's customer base. *Journal of Product & Brand Management*, 24(7), 679-692.
- Rubio, N.; Oubiña, J. & Villasenor, N. 2014. Brand awareness-Brand quality inference and consumer's risk perception in store brands of food products. *Food Quality and Preference*. 32: 289 – 298
- Rubio, N.; Villaseñor, N. & Oubiña, J.. 2014. Value and store brand identification in food products. *British Food Journal*. 116: 965 – 983
- Méndez, J.L.; Oubiña, J. & Rubio, N. 2011. The relative importance of brand packaging, price and taste in affecting brand preferences. *British Food Journal*. 113: 1229 – 1251

Es autor también de 7 capítulos en libros, 3 de investigación: 1 internacional para la European Retail Research (Springer Gabler) y 2 nacionales publicados por Septem Ediciones, y 4 de divulgación, alguno de ellos directamente vinculado con la multicanalidad, editados por Pirámide, Delta y la Fundación Ramón Areces. Las reseñas son las siguientes:

- Oubiña, J., Villaseñor, N. y M. J. Yagüe (2013): "El papel de la TIC en la creación de beneficios en la cadena de valor de la distribución" del libro "Estrategias de distribución y comportamiento de compra multicanal: tendencias y oportunidades para que fabricante y distribuidor rentabilicen sus decisiones de marketing" editado por la Fundación Ramón Areces, pp. 109-132.

- Oubiña, J. y M. J. Yagüe (2011): “Análisis de las estrategias de diferenciación geográfica de precios de las principales cadenas minoristas de alimentación en España” del libro “Estrategias Competitivas en canales de distribución comercial tradicional vs. on-line” Editorial Fundación Ramón Areces, pp. 141-160.
- Oubiña, J., Méndez, J.L. y N. Rubio (2011): “Estrategias de precio, calidad objetiva y percibida de las marcas de distribuidor” del libro “Las marcas de distribuidor: concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos” editado por Pirámide, pp.144-157.
- Oubiña, J., Romero, J. y M.J. Yagüe (2010): “Trade credit periods in retail commerce for products of mass consumption: an application to spanish legislation” del Libro “European Retail Research-24” editado por Springer Gabler, pp. 51-70.
- Méndez, J. L., Oubiña, J., Romero, J. y N. Rubio (2010): “Importancia de la presentación de la información de precios en la elección de compra de los consumidores en el sector servicios” del libro “Investigaciones, métodos y análisis del turismo” editado por Septem Ediciones, pp. 293-305.
- Méndez, J. L., Oubiña, J. y N. Rubio (2010): “La información de precios unitarios al consumidor: análisis desde las perspectivas de oferta y demanda” del libro: “Temas y tendencias de investigación en precios”, editado por Septem Ediciones, pp. 13-31.
- Oubiña, J. y N. Rubio (2009): “Comercio Minorista: Formas comerciales” del libro “Distribución Comercial” editado por Delta pp. 306-337.

Ha difundido su investigación en congresos de referencia en el área de Marketing como International Marketing Trends Conference (2009, 2010), Recent Advances in Retailing & Services Science Conference Eirass (2010, 2013), el Internacional Congress of Tourism and Environment (2010) y el EAERCD Conference on Commercial Distribution (2013), la mayoría de ellos con publicación completa en libro / CD de actas, con ISBN.

Ha participado como miembro del equipo en 7 proyectos de investigación con convocatoria competitiva: 4 del Plan Nacional I+D+i financiados por el Ministerio, 1 de Convocatoria de Comunidad Autónoma financiados por la Consejería y 2 de Convocatorias de Universidad.

- ECO2015-69103-R: “La experiencia de compra multicanal en la construcción del valor del cliente”, Ministerio de Economía y Competitividad, (01/01/2016-31/12/2018), IP: María Jesús Yagüe Guillén y Natalia Rubio Benito.
- ECO2015-69103-R: “La experiencia de compra multicanal en la construcción del valor del cliente”, Ministerio de Economía y Competitividad, (01/01/2016-31/12/2018), 52.756 €, IP: María Jesús Yagüe Guillén y Natalia Rubio Benito.
- CEAL-2018-3: Aeropuertos inteligentes (Smart Airports): Impacto en la calidad aeroportuaria y efectos en la competitividad turística. Proyecto CEAL (Centro de Estudios de América Latina). Universidad Autónoma de Madrid – Banco de Santander. 15.000 euros. IP: Marisol Celemín.
- ECO2012-31517: “El marketing de relaciones: la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios”, Ministerio de Economía y Competitividad, (01/01/2012-31/12/2015), 40.000 €, IP: María Jesús Yagüe Guillén, Participación como miembro investigador.
- CEMU-2012-34: “La marca y su historia: valor económico, empresarial y social”, Universidad Autónoma de Madrid, (01/05/2012-30/04/2014), 40.000 €, IP: María Jesús Yagüe Guillén, Participación como miembro investigador.
- S2007/HUM-0413: “Orientación emprendedora e innovación: información, flexibilidad y mercados”, Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, (01/01/2008-31/12/2011), 424.000 €, IP: María Isabel Gutiérrez Calderón (IP UAM: María Jesús Yagüe), Participación como miembro investigador.

- “Uso y adopción de redes sociales en el mercado global”, Centro de Estudios de América Latina a través de la 1ª convocatoria de ayudas para proyectos de cooperación interuniversitaria UAM-Santander con Asia, (01/07/2009-30/06/2010), 10.400 €, IP: Shintaro Okazaki, Participación como miembro investigador

Las tesis doctorales codirigidas han sido las siguientes:

- Sánchez Garcés, Dayana (2016): “Comportamiento del consumidor en la búsqueda de información de precios on-line”, Codirección con José Luis Méndez García de Paredes UAM, Sobresaliente Cum Laude por unanimidad.
- Angola Cárdenas, Ronald (2016): “La publicidad de precios comparativos con efecto recargo y descuento en la percepción, evaluación e intención de compra del comportamiento del consumidor”, Codirección con José Luis Méndez García de Paredes, UAM, Sobresaliente Cum Laude.

Es revisor de artículos de 6 revistas académicas científicas: tres internacionales (indexadas en JCR con ranking Q2), una scopus (Q1) y 2 nacionales (con evaluación en DICE), concretamente: Journal of Retailing and Consumer Services, International Journal of Retail and Distribution Management, International Journal of Environmental Research and Public Health, Sustainability, Acta Universitaria, Revista Española de Investigación de Marketing ESIC.

Por otra parte, ha sido miembro del Comité Científico en 9 congresos: 6 nacionales y 3 internacionales, así como miembro del Comité Organizador de dos congresos, 1 internacional y 1 nacional. Ha participado como Chair en congresos internacionales (EIRASS) y nacionales (AEMARK).

Editor in Chief del Journal of Economic and Business Intelligence cuyo primer volumen será publicado en octubre de 2019. por la Escuela de Inteligencia Económica de la Universidad Autónoma de Madrid.

Por último, señalar que ha ocupado los cargos de Subdirector del Departamento de Financiación e Investigación Comercial (2008-2009), Vicedecano de Prácticas y Formación continua (2010-2012), Vicedecano de Ordenación Académica (2013-2014), Delegado del Rector de Comunicación e Imagen Corporativa (2014-2018) y actualmente ocupa el cargo de Vicerrector de Estudiantes y Empleabilidad de la Universidad Autónoma de Madrid.

Sus artículos se pueden consultar en:

https://www.researchgate.net/profile/Javier_Oubina

Las citas obtenidas por los artículos ascienden a 446, índice h:11, índice i10:12:

<https://scholar.google.es/citations?user=vC5bPMcAAAAJ&hl=es>