

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA 22/11/2024

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Francisco Javier		
Apellidos	Montoro Ríos		
Sexo		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
Edad		Teléfono	
Dirección			
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	fmontoro@ugr.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	/0000-0003- 4715-3875		

A.1. Situación profesional actual

Puesto	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD		
Fecha inicio	2 de Febrero de 1996		
Organismo/ Institución	UNIVERSIDAD DE GRANADA		
Departamento/ Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
País	España	Teléfono	958248865
Palabras clave	Marketing; Comportamiento del Consumidor		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)**A.3. Formación Académica**

Grado/Master/Tesis	Universidad/Pais	Año
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	2003
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1995

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):**1. Aportaciones científicas:**

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales desde septiembre de 2003, es autor de 25 publicaciones en revistas de impacto, según los registros de Web of Science. Los indicadores de calidad e impacto de su investigación se pueden resumir en los siguientes: 3 sexenios de investigación concedidos. Número total de citas según Web of Science: 631. Índice H según Web of Science: 13 Número total de citas según Google Scholar: 3163. Indicador h según Google Scholar: 24 Indicador i10 según Google Scholar: 31.

Especializado en investigaciones desde una perspectiva social de marketing, en particular en el estudio de las interacciones entre el comportamiento del consumidor y el deterioro del medio ambiente. En este ámbito realiza su tesis doctoral y desarrolla una estancia de investigación en el Center for Corporate Social Responsibility, en la University of Nottingham, en los años 2005 y 2006, y posteriormente participa en tres proyectos de investigación obtenidos en convocatorias competitivas en el ámbito nacional y regional, tanto como investigador principal (obtenido en convocatoria de la Junta de Andalucía y por un valor de 45.000 euros) y como investigador colaborador, y se desarrollan dos de las cuatro tesis doctorales dirigidas. En el futuro pretende seguir profundizando en esta línea y en otros aspectos relacionados con las derivaciones sociales del consumo y de las actividades de marketing.

Desde hace unos años, desarrolla una línea de investigación puntera, relacionada con la evaluación de respuestas emocionales frente a estímulos de marketing, mediante técnicas procedentes de la

Neurociencias. Esta línea ya ha dado frutos en términos de publicaciones de impacto. De ella se deriva la puesta en marcha del Master Propio en Neuromarketing Aplicado, en su cuarta edición, y del cual es director académico, y la creación de una empresa relacionada con las Neurociencias. Además ha trabajado y trabaja en otros temas derivados de la colaboración con otros investigadores del grupo. Así se han publicado resultados de investigaciones en el ámbito del marketing deportivo, de los medios de pago móviles, y previamente en el campo de la metodología de investigación y en el del comercio electrónico. Otro campo de investigación a desarrollar en los próximos años es el del estudio del efecto de los esquemas culturales en el consumo. En este ámbito se encuadra su actuación como investigador responsable del proyecto CHEUFDI FP7-PEOPLE de la Unión Europea, por valor de 163.800 euros, en colaboración con las University of Coventry en UK, y la Jiangxi University of Economics and Finance en Nanshang, China.

2. Aportaciones a la sociedad

Es fundador desde 2006 de una spin-off de la Universidad de Granada relacionada con la aplicación de las neurociencias (Fidyan S.L.; CIF: B -18725036). Ha participado en más de 30 contratos de consultoría tanto en calidad de colaborador como de investigador principal. Es docente desde el año 1996, en el ámbito de la investigación de mercados y de la dirección de marketing, así como del enfoque social del marketing. En el ámbito de la gestión universitaria, ha sido vicedecano de relaciones internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales durante 8 años, y en la actualidad es Director del Centro de Lenguas Modernas de la UGR, desde octubre de 2015, empresa que en 2022 tuvo una facturación de más de 4,5 millones de euros.

3. Aportaciones a la formación de jóvenes investigadores

Ha dirigido 4 tesis doctorales, todas ellas con mención internacional. Los cuatro autores y autoras han continuado exitosas carreras científicas de alto impacto, como profesores en las universidades de Granada, Alcalá y Oberta de Catalunya. Es director en la actualidad de 2 tesis doctorales que se esperan sea finalizadas en un plazo no superior a 2 años. Ha sido tutor de más de 30 trabajos de fin de master.

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).

Ramos de Luna, I; Montoro-Ríos, F.J; Molinillo, S.; Liébana Cabanillas, F. (2023): Consumer Behaviour and Mobile Payments in the Point of Sale: Exploring the Determinants of Intention to Adopt It. *International Journal of Human-Computer Interaction*. Citas [WOS: 7] [Scholar:8]. DOI: 10.1080/10447318.2023.2233135

Leal Filho, W., Salvia, A.L., Paço, A. et al. The influences of the COVID-19 pandemic on sustainable consumption: an international study. *Environ Sci Eur* 34, 54 (2022). Citas [WOS: 21] [Scholar: 43]]. DOI: 10.1186/s12302-022-00626-y. AC (16/16)

Casado-Aranda, L.; Sanchez-Fernandez, J.; Montoro-Rios, F. J. (2017) Neural Correlates of Voice Gender and Message Framing in Advertising: A Functional MRI Study. *Journal of Neuroscience Psychology and Economics* 10 (4), pp.121-136. Citas [WOS: 18] [Scholar: 24]]. DOI: 10.1037/npe0000076

Alonso Dos Santos, M.; Venihardt, J.; Calabuig-Moreno, F.; Montoro-Ríos, F.J. (2016) “Involvement and Image Transfer in Sports Sponsorship”. *Engineering Economics*, 27 (1), 78-79. Citas [WOS: 25] [Scholar: 91]]. DOI: 10.5755/j01.ee.27.1.8536

Luna, I.; Montoro-Ríos, F.J.; Liébana Cabanillas, F. (2015) “Determinants of the intention to use NFC technology as a payment system. An acceptance model approach”. *Information Systems and e-Business Management*, 14 (2) 293-314. Citas [WOS: 89] [Scholar: 239]]. DOI: 10.1007/s10257-015-0284-5

Rodríguez Priego, N. Montoro-Ríos, F.J. Ibañez Zapata, J.A (2013) Mapping Environmental Behaviour in the Spanish Context, *The International Journal of Environmental Sustainability* 8 (3), 37-46. Citas [WOS: 1] [Scholar: 5]]. DOI: 10.3989/ris.2012.07.24.

Sanchez Fernández, J.; Muñoz-Leiva, F.; Montoro-Ríos, F.J. (2012). "Improving retention rate and response quality in Web-based surveys". *Computers in Human Behavior* 28 (2), 507-514. (Citas [WOS: 69] [Scholar: 255]). DOI: 10.1016/j.chb.2011.10.023.

Montoro-Ríos F.J.; Luque-Martínez, T. and Rodríguez-Molina, M.A. (2008) How green should you be: Can environmental associations enhance brand performance? *Journal of Advertising Research*, 48 (4), pp. 547-563. (Citas [WOS: 34] [Scholar: 112]). DOI: 10.2501/S0021849908080525

Castañeda-García, J.A. and Montoro-Ríos, F.J. (2007) "The dimensionality of customer privacy concern on the Internet" *Online Information Review*, 31 (4). Pp. 420-439. (Citas [WOS: 24] [Scholar: 91]). DOI: 10.1108/14684520710780395

Montoro-Ríos, F.J.; Luque-Martínez, T.; Fuentes-Moreno, F.; Cañadas-Soriano, P. (2006) "Improving attitudes toward brands with environmental associations: An experimental approach" *Journal of Consumer Marketing*. 23 (1). Pp.: 26-33. (Citas [Scholar: 375]). DOI: 10.1108/07363760610641136

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

MÁS DE 40 APORTACIONES A CONGRESOS INTERNACIONALES

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 .

"CHEUFDI (CHINA-EU FDI)". Ámbito del proyecto: Unión Europea. Calidad en que ha participado: Investigador. Investigador/es responsable/es: FRANCISCO JAVIER MONTORO RÍOS. Nombre del programa: Seventh Framework Programme. Marie Curie Actions . Cód. según financiadora: PIRSES-GA-2012-318947. Fecha de inicio: 07/01/2013. Duración del proyecto: 1086 días . Cuantía total: 163.800€

"EL NEUROMARKETING COMO HERRAMIENTA DE COMPRESIÓN DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS QUE RIGEN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN TENDENTE A CONSEGUIR UN COMPORTAMIENTO DE CONSUMO MEDIOAMBIENTALMENTE RESPONSABLE". Ámbito del proyecto: Autonómica. Calidad en que ha participado: Investigador/a. Investigador/es responsable/es: JUAN SANCHEZ FERNANDEZ. Nombre del programa: Junta de Andalucía. Proyectos de Investigación de Excelencia. Cód. según financiadora: P12-SEJ-1980. Fecha de inicio: 30/01/2014. Duración del proyecto: 1086 días. Cuantía total: 64.745€

"ANÁLISIS DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS EN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN MEDIOAMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE NEUROMARKETING". Ámbito del proyecto: Nacional. Calidad en que ha participado: Investigador/a. Investigador/es responsable/es: FRANCISCO MUÑOZ LEIVA. Cód. según financiadora: ECO2012-39576 . Fecha de inicio: 01/01/2013. Duración del proyecto: 1094 días. Cuantía total: 29.500€

"ESTUDIO DEL MENSAJE PUBLICITARIO EN LOS PROCESOS COGNITIVOS Y EMOCIONALES QUE DIRIGEN EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO SOSTENIBLE". Ámbito del proyecto: Autonómica. Calidad en que ha participado: Investigador/a. Investigador/es responsable/es: FRANCISCO JAVIER MONTORO RÍOS . Nombre del programa: Proyectos de Excelencia Junta de Andalucía. Cód. según financiadora: SEJ-6768. Fecha de inicio: 01/03/2011 . Duración del proyecto: 1095 días. Cuantía total: 45.000

"GUÍA METODOLÓGICA PARA LA INTEGRACIÓN METROPOLITANA SOSTENIBLE DE LOS SISTEMA DE METRO LIGERO. INTEGRA-ME". Ámbito del proyecto: Autonómica. Calidad en que ha participado: Investigador/a. Investigador principal: VALENZUELA MONTES, LUIS MIGUEL. Nombre del programa: Proyectos de Excelencia Junta de Andalucía Cód. según financiadora: P09.RNM-5394. Fecha de inicio: 02/03/2010 . Duración del proyecto: 1460 días . Cuantía total: 211.115

"ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ACEITES DE OLIVA". Ámbito del proyecto: Autonómica. Calidad en que ha participado: Investigador/a. Investigador principal. TORRES RUÍZ, FRANCISCO JOSÉ. Nombre del programa: Proyectos de Excelencia Junta de Andalucía. Cód. según financiadora: AGR-6132. Fecha de inicio: 01/04/2011 . Duración del proyecto: 1095 días. Cuantía total: 161.994,84

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.*

Fundador de spin-off de la Universidad de Granada Fydian SL en 2005, y participe hasta la fecha. Empresa de neurociencias aplicadas. Más de 30 personas formadas
Consejero delegado de Formación y Gestión SLMP desde 2015 hasta la fecha. Facturación en último ejercicio 5 millones €. Número de trabajadores medio: 100

Contratos de investigación:

“ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS Y MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES A LA ALHAMBRA Y GENERALIFE, DOBLA DE ORO, MUSEOS Y RESTO DE ACTIVIDADES PROPUESTAS POR EL PATRONATO DE LA ALHAMBRA Y EL GENERALIFE”. Código: C-4267-00 (Fundación Empresa Universidad de Granada). Responsable: Francisco José Liébana Cabanillas. Fechas inicio y fin: 1/06/2016 a 31/01/2017. Cantidad (EUROS): 36000 (Financiadora: Patronato de la Alhambra y el Generalife)

“ENCUESTA DE VALORACIÓN DEL PARQUE DE OCIO SERRALLO PLAZA”. Código: C-3946-00 (Fundación Empresa Universidad de Granada). Responsable: Francisco Javier Montoro Ríos y Juan Sánchez Fernández. Fechas inicio y fin: 18/03/2014 a 18/04/2014. Cantidad (EUROS): 8800 (Financiadora: Inversiones Área Sur S.L.)

“DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL COMPLEJO AGROALIMENTARIO DE LOS ALIMENTOS EN ANDALUCÍA: MERCADOS, MEJORA DE LA COMERCIALIZACIÓN Y VERTEBRACIÓN SECTORIAL”. Código: UJA_2393. Responsable: Francisco José Torres Ruiz. Fecha inicio y fin: 01/05/2011 a 30/03/2012. Cantidad (EUROS): 16351,69 (Financiadora: Centro de Estudios Andaluces)

“EL METROPOLITANO DE GRANADA COMO INSTRUMENTO DE INNOVACIÓN, CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD”. Código: 2692 (OTRI-UGR). Responsable: Luis Miguel Valenzuela Montes . Fecha inicio: 21/01/2009 a 20/04/2010. Cuantía total (EUROS): 127600 (Financiadora: Ferrocarriles de la Junta de Andalucía)

“REDISEÑO DE ENVASES DE LECHE CLÁSICAS PULEVA”. Código: C-3276-00 (Fundación Empresa Universidad de Granada). Responsable: Francisco Javier Montoro Ríos y Jose Angel Ibaéz Zapata. Fecha inicio y fin: 25/05/2009 a 30/09/2009. Cantidad (EUROS): 8000 (Financiadora: Puleva)

“ESTUDIO DE OPINIÓN DE LOS HORECAS SOBRE LAS MERMELADAS PULEVA”. Código: C-3342-00 (Fundación Empresa Universidad de Granada). Responsable: José Ángel Ibáñez Zapata y Francisco Javier Montoro Ríos. Fecha inicio y fin: 02/11/2009 a 31/12/2009. Cantidad (EUROS): 6200 (Financiadora: Puleva)

“PROYECTO ESTRELLA DEL OLIVAR: ESTRATEGIAS DE MARKETING DEL ACEITE DE OLIVA ECOLÓGICO EN EL MERCADO ESPAÑOL”. Código: 1393. Responsable: Francisco José Torres Ruiz. Fecha inicio y fin: 01/02/2009 a 31/12/2009. Cantidad (EUROS): 12000 (Financiadora: Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía)