

Parte A. DATOS PERSONALES

		Fecha del CVA	06-11-2024
Nombre y apellidos	Josefa Delia Martín Santana		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	H-3792-2013	
	Código Orcid	0000-0002-7078-0271	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria		
Dpto./Centro	Economía y Dirección de Empresas Facultad de Economía, Empresa y Turismo		
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	19-09-2019
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Marketing; Publicidad; Marketing social		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Junio 1990
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Diciembre 1996

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

He obtenido la evaluación positiva en tres tramos de investigación por la CNEAI para los periodos 1999-2004, 2007-2012 y 2013-2018, así como un sexenio por transferencia para el período 2001-2016. Además, como reconocimiento a mi labor de investigación, la ACECAU me ha concedido desde 1999 hasta la actualidad la totalidad del complemento retributivo "Investigación".

La producción científica, centrada en cuatro grandes líneas de investigación, han dado lugar a más de 100 publicaciones científicas en revistas, de las cuales 55 son JCR y 46 son SJR. También soy autora de 6 libros y 23 capítulos de libro. He presentado más de 180 contribuciones en congresos nacionales e internacionales. Estas publicaciones han generado 11.345 citas, con un promedio anual en los últimos cinco años (2019-2023) de 975, un índice h de 34 y un índice i10 de 78 (Fuente: Google Académico 17-05-2024).

Otra muestra de mi calidad investigadora es formar parte en 2023 del grupo de los 52 investigadores de la ULPGC incluidos entre los 10.000 más destacados de España según el CSIC con la posición 8.556 (<https://www.csic.es/es/actualidad-del-csic/el-csic-actualiza-el-ranking-de-investigadores-espanoles-en-google-scholar-con>).

He dirigido 14 tesis doctorales y he participado en 8 proyectos de investigación (1 como IP), en 11 contratos de investigación (4 como IP) y en 13 convenios de colaboración (6 como IP).

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Mi investigación se centra en cuatro líneas: **Comunicación e Imagen, Economía de la Salud, Gestión de la Empresa Familiar y Dirección de Marketing**. La primera con dos sublíneas: **Eficacia de la Comunicación e Imagen Corporativa**. La primera sublínea tiene como origen mi tesis doctoral, destacando el trabajo de la *Journal of Advertising Research*. En la segunda sublínea destacan los trabajos publicados en *Annals of Tourism Research* (4.735 citas) y en *Tourism Management* (1.990 citas). Bajo esta sublínea dirigí dos tesis, la primera de ellas derivó en dos proyectos, uno de ellos del Ministerio de Ciencia en Innovación en 2012. Bajo esta sublínea he dirigido una tesis sobre neuromarketing y experiencias inmersivas, defendida en 2023.

La línea **Economía de la Salud** incluye trabajos relacionados con el marketing en la donación de sangre, con la gestión y el marketing sanitario y con el marketing social. La andadura investigadora en el tópico de la donación culminó con la concesión del proyecto de investigación ECO2015-64875-R, concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad en 2016, del que soy la investigadora principal. He dirigido seis tesis sobre gestión hospitalaria entre 2013 y 2016, y he firmado dos convenios de colaboración, uno con el Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia del Gobierno de Canarias en 2010 y otro con el Complejo Hospitalario Universitario Insular-Materno Infantil del Gobierno de Canarias en 2014.

La línea **Gestión de la Empresa Familiar**, que se inició con un contrato de investigación con la Fundación INCYDE en 2005 y derivó en un proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia en Innovación en 2008, ha generado varios trabajos, destacando el de *Family Business Review*.

La línea **Dirección de Marketing** incluye trabajos sobre el comportamiento del consumidor, la orientación al mercado externo y/o interno y el marketing relacional. De los trabajos incluidos en ella destaca el publicado en *European Journal of Marketing* (1.174 citas).

Llevo 34 años como docente en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la ULPGC en enseñanzas regladas en primer y segundo ciclo, títulos de grado y posgrado y programas de doctorado. Soy autora de 4 manuales usados en la docencia universitaria publicados en editoriales de prestigio. El manual *Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria* se recoge como bibliografía obligatoria o recomendada en casi todas las guías docentes de materias afines en las universidades españolas. He dirigido 14 tesis doctorales y 48 TFT.

He sido secretaria de mi Departamento durante 5 años, directora/coordinadora de 4 ediciones del *Máster propio en Dirección de Marketing* y directora del Programa de Doctorado *Nuevas Tendencias Estratégicas en Administración y Dirección de Empresas* en 5 bienios. Actualmente, soy la coordinadora del *Máster oficial en Dirección de Marketing y Comercio Internacional*.

He formado parte de los comités científicos del Congreso de ACEDE y del Congreso de Marketing. He sido miembro de la Comisión de Asesoramiento para la Evaluación del Profesorado (CAEP) de ANECA en el periodo entre el 11 septiembre 2020 y el 31 julio 2023. Formo parte de la Comisión de Acreditación (Comisión 20-Empresariales) de ANECA para la acreditación estatal para el acceso a los cuerpos docentes universitarios (Programa Academia de ANECA) desde 29 de diciembre de 2023 hasta la actualidad.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

Libros destacados:

- Beerli Palacio, A. y Martín Santana, J.D. (1999). *Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria*. Editorial Ariel: Barcelona. ISBN: 9788434421448.
- Martín Santana, J.D.; Olarte Pascual, C.; Reinares Lara, P.; Reinares Lara, E. y Samino García, R. (2019). *Gestión de la Comunicación: Un Enfoque Integral*. ESIC Editorial: Madrid. ISBN: 978-84-17914-11-0.

Artículos más relevantes últimos diez años:

- Robaina-Calderín, L.; Martín-Santana J.D. y Muñoz-Leiva, F. (2023). Immersive Experiences as a Resource for Promoting Museum Tourism in Gen Z and Millennials. *Journal of Destination Marketing & Management*, 29, e100795.
- Robaina-Calderín, L.; Martín-Santana J.D. y Melián-Alzola, L. (2023). Prosocial customer in the public sector: A PLS-SEM analysis applied to blood donation (active donors). *Socio-Economic Planning Sciences*, 86, 101507.
- Robaina-Calderín, L., Melián-Alzola, L., & Martín-Santana, J. D. (2023). Blood donation as a public service: young citizens' prosocial behaviour. *International Public Management Journal*, 1–24.
- de la Cruz Déniz-Déniz, M., Martín-Santana, J. D., Cabrera-Suárez, M. K., & Robaina-Calderín, L. (2023). A social capital approach of market orientation in public non-profit organizations: The case of blood transfusion centers in Spain. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 28(3), e1798.
- Martín-Santana, J.D. y Melián-Alzola, L. (2022). The Influence of Service Quality and Anticipated Emotions on Donor Loyalty: An Empirical Analysis in Blood Centres in Spain. *Health Care Management Science*, 25, 4, 623-648.
- Robaina-Calderín, L. y Martín-Santana J.D. (2021). A Review of Research on Neuromarketing Using Content Analysis: Key Approaches and New Avenues. *Cognitive Neurodynamics*, 15, 6, 923-938.
- Romero-Domínguez, L.; Martín-Santana J.D.; Sánchez-Medina, A.J. y Beerli-Palacio, A. (2021). The Influence of Sociodemographic- and Donation Behaviour Characteristics on Blood Donation Motivations. *Blood Transfusion*, 19, 5, 366-375.

Melián-Alzola, L. y Martín-Santana J.D. (2020). Service Quality in Blood Donation: Satisfaction, Trust and Loyalty. *Service Business*, 14, 1, 101-129.

Martín-Santana J.D.; Beerli-Palacio, A. y Romero-Domínguez, L. (2020). Recruitment Strategies: Non-Donor Segmentation Based on Intrinsic and Extrinsic Stimuli. *Vox Sanguinis*, 115, 47-59.

Beerli Palacio, A. y Martín-Santana, J.D. (2020) Explaining the gap in the image of tourist destinations through the content of and exposure. *Current Issues in Tourism*, 23, 20, 2572-2584.

Melián-Alzola, L.; Domínguez Falcón, C.; Martín-Santana J.D. (2020). The Role of the Human Dimension in Organizational Agility: An Empirical Study in Intensive Care Units. *Personnel Review*, 49, 9, 1945-1964.

Beerli Palacio, A. y Martín-Santana, J.D.; Román-Montoya, C. (2020). Complementary Services at Hotels in Accordance with their Pricing Strategy and the Price Sensitivity of Tourists. *International Journal of Hospitality Management*, 87, May, 102458.

Melián-Alzola, L.; Domínguez Falcón, C. y Martín-Santana J.D. (2020). Service Quality in Blood Donation: Satisfaction, Trust and Loyalty. *Service Business*, 14, 1, 101-129.

Déniz-Déniz, M.C., Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2020). Orientation toward Key Non-Family Stakeholders and Economic Performance in Family Firms: The Role of Family Identification with the Firm. *Journal of Business Ethics*, 163, 329-345.

Martín-Santana J.D.; Reinares-Lara, E. y Romero-Domínguez, L. (2020). Modelling the Role of Anticipated Emotions in Blood Donor Behaviour: A Cross-Sectional Study. *Journal of Economic Psychology*, 81, December, 102325.

Muela-Molina, C., Martín-Santana, J.D. y Reinares-Lara, E. (2020). Journalists as Radio Advertising Endorsers in News/Talk Radio Stations. *Journalism*, 12, 12, 1913-1931.

Suárez Martel, M.J. y Martín Santana, J.D. (2019). Influencia del Perfil Sociodemográfico del Profesorado Universitario sobre la Inteligencia Emocional y el Burnout. *Educación XX1*, 22, 2, 93-117.

Romero-Domínguez, L.; Martín-Santana J.D. y Beerli-Palacio, A. (2019). Segmenting Active Blood Donors According to their Barriers to Develop Retention Programs. *Transfusion Medicine Reviews*, 33, 176-182.

Reinares Lara P.J. y Martín-Santana, J.D. (2019). Managing Point of Purchase Advertising: Effectiveness in Terms of Recall and Recognition. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, July, 289-296.

Déniz-Déniz, M.C., Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2018). Family Firms and the Interests of Non-family Stakeholders: The Influence of Family Managers' Affective Commitment and Family Salience in Terms of Power. *Business Ethics: A European Review*, 27, 1, 15-28.

Fernández-Monroy, M.; Martín-Santana, J.D. y Galván-Sánchez, I. (2018). Building successful franchise partnerships: the importance of communication and trust. *Management Decision*, 56, 5, 1051-1064.

Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, C.M., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). The Effect of Cultural Intelligence on consumer-based destination brand equity. *Annals of Tourism Research*, 72, 22-36.

Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, C.M., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). Antecedents and consequences of cultural intelligence in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 350-358.

Domínguez-Falcón, M.C.; Martín-Santana, J.D. y De Saa-Pérez, Petra (2017). Predicting market orientation through internal market orientation as culture and behavior: an empirical application in Spanish hotels. *The Service Industries Journal*, 37, 229-255.

Martín-Santana, J.D.; Reinares-Lara, E. y Reinares-Lara, P. (2017). How does the radio spokesperson's voice influence credibility? *Communications - The European Journal of Communication Research*, 42, 2, 151-172.

Martín-Santana, J.D., Beerli Palacio, A. y Nazzareno, P.A. (2017). Antecedents and consequences of destination image gap. *Annals of Tourism Research*, 62, 1, 13-25.

Martín Santana, J.D., Reinares Lara, P. y Reinares Lara, E. (2016). Spot length and unaided recall in television: Optimizing media planning variables in advertising breaks. *Journal of Advertising Research*, 56, 3, 274-288.

Domínguez Falcón, M.C.; Martín Santana, J.D. y De Saa Pérez, P. (2016). Human resources management and performance in the hotel industry: the role of the commitment and satisfaction

- of managers versus supervisors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 3, 490-515.
- Martín Santana, J.D., Reinares Lara, E. y Muela Molina, C. (2015). Music in radio advertising: effects on radio spokesperson credibility and advertising effectiveness. *Psychology of Music*, 43, 6, 763-778.
- Cabrera Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2015). Board Composition and Performance in Spanish Non-Listed Family Firms: The Influence of Type of Directors and CEO Duality. *BRQ Business Research Quarterly*, 18, 4, 213-229.
- Moreno Gil, S. y Martín Santana, J.D. (2015). Understanding the image of self-contained and serviced apartment: The case of Sun and Beach Destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39, 3, 373-400.
- Martín-Santana, J.D., Muela Muela-Molina, C., Reinares-Lara, E y Rodríguez-Guerra, M. (2015). Effectiveness of radio spokesperson's gender, vocal pitch and accent and the use of music in radio advertising. *BRQ Business Research Quarterly*, 18, 3, 143-160.
- Cabrera Suárez, M.K.; Déniz Déniz, M.C. y Martín Santana, J.D. (2015). Family Social Capital, Trust within the TMT, and The Establishment of Corporate Goals Related to Non-Family Stakeholders. *Family Business Review*, 28, 2, 145-162.
- Martín Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2013). Intention of Future Donations: A Study of Donors versus Non-Donors. *Transfusion Medicine*, 23, 2, 77-86.
- Cabrera-Suárez, M.K. y Martín-Santana, J.D. (2013). Top management teams and performance in non-listed family firms. *Journal of Management and Organization*, 19, 4, 405-423.

C.2. Participación en proyectos

- “Efectos de la Publicidad no Convencional en las Audiencias Infantiles en la Comunidad de Madrid: Hacia una propuesta social operativa” (URJC-CM-2006-CSH-0580). Universidad Rey Juan Carlos.
- “La sucesión y la ventaja competitiva en la empresa familiar: una perspectiva de *stakeholders*” (ECO2008-00265/ECON). Ministerio de Ciencia e Innovación en el marco del Plan Nacional de I+D+I (2008-2011).
- “Valoración económica de la imagen dinámica de los destinos turísticos” (ECO2012-35112). Ministerio de Ciencia e Innovación en el marco del Plan Nacional de I+D+I (2008-2011).
- “Contribución de Internet al valor de la marca Andalucía como destino turístico” (P11- SEJ-8104). Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía en la convocatoria de Proyectos de Investigación de Excelencia de la convocatoria 2011.
- “La orientación de los centros de transfusión de sangre españoles hacia sus principales stakeholders desde una perspectiva de capital social y su influencia en la performance” (ECO2015-64875-R). Ministerio de Economía y Competitividad en el marco de la convocatoria 2015 de Proyectos I+D+I del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad.

C.3. Participación en contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- “I y II Fases del Plan Estratégico, Económico y Social de Gran Canaria”. Cabildo Gran Canaria.
- “Estudio sobre la empresa familiar en la provincia de Las Palmas. INCYDE (Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa).
- “Desarrollo de un modelo explicativo de la conducta de donación de sangre en la Comunidad Autónoma de Canarias”. Instituto Canario de Hemodonación y Hemoterapia del Gobierno de Canarias.
- “Desarrollo de instrumentos de medición de la calidad percibida del servicio prestado a los diferentes públicos objetivos (internos y externos)”. Complejo Hospitalario Universitario Insular-Materno Infantil del Gobierno de Canarias.
- “Realización del estudio técnico y microanálisis del mercado de trabajo y del desarrollo local de Gran Canaria, y confección del plan integral de empleo y desarrollo local de Gran Canaria 2016-19 (PIEDEL-GC). Cabildo Gran Canaria.