

**Parte A. DATOS PERSONALES**

**Fecha del CVA** 02/07/2024

Nombre y apellidos	Salvador del Barrio García		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del/de la investigador/a	WoS Researcher ID (*)	I-3632-2015	
	SCOPUS Author ID (*)	21739318800	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) **	0000-0002-6144-0240	

(\*) Al menos uno de los dos es obligatorio

(\*\*) Obligatorio

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados / Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Dirección	Campus Cartuja s/n CP:18071 Granada		
Teléfono		correo electrónico	
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	20/12/2019
Palabras clave	Comunicación integrada de marketing, marketing turístico, neurociencia del consumidor, marketing online, marketing crosscultural		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctor en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	1999
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1994

**A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)**

Total publicaciones indexadas en WOS: 58

Citas totales en Web of Science: 1200

Total publicaciones indexadas en SCOPUS: 70

Citas totales en SCOPUS: 1450

Citas totales Google Scholar: 4700

Índice H en Google Scholar: 36

Sexenios de investigación CNEAI: 4 (último concedido en 2021)

Sexenios de transferencia CNEAI: 1 (último concedido en 2019)

Tramos de investigación autonómicos (Junta de Andalucía): 5 (todos los posibles)

Tesis dirigidas últimos 10 años: 8

**Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)**

El profesor Del Barrio lleva 30 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada. Ha dirigido 8 tesis doctorales, 30 Trabajos Fin de Máster. Ha sido Visiting Scholar en la *McCombs School of Business* de la University of Texas at Austin (USA) de mayo a agosto de 2016 y profesor visitante en la *Burgundy Business School* (Francia) durante 9 años (1999-2008).

Ha publicado hasta la fecha 70 artículos científicos en revistas indexadas en WOS o SCOPUS. En los últimos años ha publicado en revistas pertenecientes al JCR en posiciones relevantes (1er Decil, Q1 y Q2): *Journal of Interactive Marketing*, *Journal of Travel Research*, *International Journal of Hospitality Management*, *International Journal of Contemporary Hospitality*



*Management, Journal of Destination Marketing & Management, Cornell Hospitality Quarterly, Journal of Travel & Tourism Marketing, Journal of Vacation Marketing, International Journal of Tourism Research, International Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Computers in Human Behavior, Journal of Air Transport Management*, entre otras.

Destacar que en los últimos 5 años el profesor Del Barrio ha publicado 30 artículos científicos con índice de impacto (JCR, ESCI y SCOPUS) de los cuales 20 han sido JCR (65% de alto impacto Q1 y Q2).

Ha publicado 10 libros y 21 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como Springer, Wiley, Edward Elgar Publishing, IGI-Global y Pearson.

Ha participado en más de 100 Congresos Científicos, de los cuales más de 60 son de carácter internacional, acudiendo al menos a uno cada año desde 1996. Ha obtenido 9 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales. Ha participado como investigador en 15 proyectos de investigación, de los cuales 13 fueron obtenidos en convocatorias competitivas (Proyectos Europeos de la Comisión Europea, Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic). Ha sido y es IP en 3 proyectos de investigación en convocatorias competitivas, gestionando un total de 104.000 euros. También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como investigador principal y colaborador en más de 30 contratos de investigación por un importe total de más de 600.000 euros.

## **Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)**

### **C.1. Publicaciones más relevantes en los últimos años**

- Luque-Martínez, T., Kamakura, W. A., & Del Barrio-García, S. (2024). How social and economic conditions impact socioeconomic mobility. The case of Spain. *Research in Social Stratification and Mobility*, June, 100931 (IF JCR 2022: 5.0 Q1)
- García-Carrión, B., Muñoz-Leiva, F., Del Barrio-García, S., Porcu, L. (2024). The effect of online message congruence, destination-positioning, and emojis on users' cognitive effort and affective evaluation. *Journal of Destination Marketing and Management*, 31(March), 100842 (IF JCR 2022: 8.4 Q1).
- García-Carrión, B., Del Barrio-García, S., Muñoz-Leiva, F., Porcu, L. (2023). Effect of social-media message congruence and generational cohort on visual attention and information-processing in culinary tourism: An eye-tracking study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 78-90 (IF JCR 2022: 8.3 Q1). Best Marketing Article Award (AEMARK, September 2022).
- Rojas-Lamorena, A., Del Barrio-García, S., & Alcántara-Pilar, J.M. (2022). A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling. *Journal of Business Research*, 139(February), 1067-1083 (IF JCR 2022: 11.3 1st Decil).
- Prados-Peña, M.B., & Del Barrio-García, S. (2020). How does parent heritage brand preference affect brand extension loyalty? A moderated mediation analysis. *Tourism Management Perspectives*, 36(October), 100755 (IF JCR 2020: 6.586 Q1).
- Frías-Jamilena, D.M., Rodríguez-Molina, M.A., Del Barrio-García, S., & Castañeda-García, J.A. (2020). The effect of message consistency and destination-positioning brand-strategy type on consumer-based destination brand equity. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1447-1463 (IF JCR 2020: 10.982 1st Decil).
- Porcu, L., Del Barrio-García, S., Kitchen, P., & Tourky, M (2020). The antecedent role of a collaborative vs. a controlling corporate culture on firm-wide integrated marketing communication and brand performance. *Journal of Business Research*, 119 (October), 435-443 (IF JCR 2020: 7.550 Q1).
- Rodríguez-López, M.E., Alcántara-Pilar, J.M., Del Barrio-García, S., and Muñoz-Leiva, F (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387 (IF JCR 2020: 9.237 1st Decil).



- Rodríguez-López, M.E., Del Barrio-García, S., Alcántara-Pilar, J.M. (2020). Formation of customer-based brand equity via authenticity: the mediating role of satisfaction and the moderating role of restaurant type. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 815-834 (IF JCR 2020: 6.514 Q1).
- Porcu, L., Del Barrio-García, S., Alcántara-Pilar, J.M., & Crespo-Almendros, E. (2019). Analyzing the Influence of Firm-Wide Integrated Marketing Communications on Market Performance in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89(July), 13-24. (IF JCR 2019: 6.701 1st Decil).
- Del Barrio-García, S., Kamakura, W.A., & Luque-Martínez, T. (2019). A longitudinal cross-product analysis of media-budget allocations: How economic and technological disruptions affected media choices across industries. *Journal of Interactive Marketing*, 45(February), 1-15. (IF JCR 2019: 5.097 Q1). Best Marketing Article Award (AEMARK, September 2020).

## C.2. Proyectos de I+D+i competitivos como IP

1. “Contribución de la comunicación integrada y la autenticidad basada en la identidad territorial al posicionamiento de la marca turística de Andalucía”. Funding entity: [Projects of Excellence of the Regional Government of Andalusia] Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades (Junta de Andalucía). Funds: 37350 euros. Ref.: P20\_01021. Project period: 07/2021 – 06/2023. Lead Researcher: Salvador del Barrio García.
2. “Aplicación de la Neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural”. Funding entity: Agencia Estatal de Investigación. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad [Spanish National R&D]. Funds: 37510 euros. Ref.: ECO2017-88458-R. Project period: 01/01/2018- 01/01/2022. Lead Researcher: Salvador del Barrio García and Francisco Muñoz Leiva.
3. “Estrategias de Comunicación en Redes Sociales Virtuales para el Sector Hotelero en Andalucía. Una Perspectiva Cross-Cultural”. Ref.: P12-SEJ-2592. Funding entity: [Projects of Excellence of the Regional Government of Andalusia] Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Project period: 30/01/2014 - 30/07/2018. Funds: 36775 euros. Lead Researcher: Salvador del Barrio García
4. “Efectos de la Implantación de la Comunicación Integrada de Marketing en la Imagen de las Organizaciones y en la Respuesta del Consumidor desde una Perspectiva de Neuromarketing”. Ref.: 20F12/43. Funding entity: [Campus of International Excellence CEI BioTic]. Project period: 01/04/2012 - 31/12/2012. Funds: 30000 euros. Lead Researcher: Salvador del Barrio García.

## C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

- Contrato de Investigación CS2019. “Estudio de impacto económico de la Universidad de Granada en su entorno” (2019). Consejo Social de la Universidad de Granada. IP. Teodoro Luque Martínez. Cantidad financiada: 20.000 euros.
- Contrato de investigación C-4593. “Investigación sobre el mercado del ron” (2019). IP. Teodoro Luque Martínez. Cantidad financiada: 8.000 euros.
- Contrato de Investigación O2643. "Plan de comunicación de la Universidad de Granada". (2010). IP. Salvador del Barrio García. Cantidad financiada: 20.000 euros.
- Contratos de Investigación Z-0192-01, Z-0192-02, Z-0192-03, Z-0192-04, Z-0192-05, Z-0192-06, Z-0192-07. "Estudio de seguimiento de los egresados de la Universidad de Granada (promociones de 2004 a 2011)". IP: Teodoro Luque Martínez. Cantidad financiada en los 7 años: 185.000 euros.
- Contrato de Investigación C-3107. "Perfeccionamiento de los servicios comerciales ofrecidos por Axesor". (2009). IP. Juan Sánchez Fernández. Cantidad financiada: 16.100 euros. Entidad: Axesor, S.A.
- Contrato de Investigación C-3258. "Campaña de promoción de la imagen y comercio del municipio de Alfacar" (2010). IP. Salvador del Barrio García. Cantidad financiada: 17.000 euros. Entidad: Ayuntamiento de Alfacar (Granada)