

INFORMACIÓN CURRICULAR: CURRICULUM ABREVIADO (CVA)
ARTURO MOLINA COLLADO

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	ARTURO MOLINA COLLADO			
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	I-2655-2014	Código Orcid	0000-0002-6537-2468

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Castilla-La Mancha		
Departamento	Departamento de Administración de Empresas		
Área de conocimiento	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo		
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	23/10/2019
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Marketing		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Castilla-La Mancha	1995
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales <i>Con Premio Extraordinario de Doctorado</i>	Universidad de Castilla-La Mancha	2003

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

Nº de sexenios de investigación: 3; Fecha del último sexenio concedido: **2014-2019**

Nº de sexenios de transferencia: 1, Fecha del último sexenio concedido: **2004-2009**

Nº de tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: **6**

Citas - Web of Science. Citas totales: 1.836

Promedio citas/año durante los últimos cinco años (2020-2024): 210

Publicaciones del primer cuartil (Q1): 20

Índice h: 24

Citas - SCOPUS. Citas totales: 2.323

Promedio citas/año durante los últimos cinco años (2020-2024): 267

Publicaciones del primer cuartil (Q1): 28

Índice h: 25

Citas - GOOGLE SCHOLAR. Citas totales: 7.464

Promedio citas/año durante los últimos cinco años (2020-2024): 699

Índice h: 41

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

El profesor Arturo Molina Collado tiene una extensa **trayectoria científica** en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados desde hace 30 años, siendo la más productiva desde que defendió su tesis doctoral en 2003. Obtuvo el Premio Extraordinario de Doctorado en la Universidad de Castilla-La Mancha, y su tesis también fue premiada y publicada por el Consejo Económico y Social. Acumula más de 60 artículos indexados, la mayoría con índice de impacto JCR (Web of Science) y/o SJR (SCOPUS). Ha participado en más de 30 proyectos y contratos de investigación con el Ministerio de Economía; el Ministerio de Economía y Competitividad (Plan Nacional I+D+i), la Consejería de Educación y Ciencia, la Consejería de Turismo y Artesanía, y la Consejería de Economía de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; el Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria; y el Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha, entre otras organizaciones e instituciones. Desde el año 2009, es responsable del Grupo de Investigación: "Investigación y Modelización en Marketing". Ha dirigido 7 tesis doctorales en los últimos años, que han recibido premios extraordinarios de doctorado y premios nacionales. Ha realizado varias estancias de investigación en Canadá, Estados Unidos de América, Inglaterra y Suecia. Es revisor de habitual en los congresos nacionales e internacionales de referencia y en numerosas revistas indexadas JCR de su disciplina. Colabora como experto en agencias regionales de evaluación. Ha recibido varios premios a lo largo de su trayectoria, como premios a los mejores artículos publicados en revistas de las editoriales EMERALD y también ELSEVIER. Sus **líneas principales de investigación** han estado centradas en el sector turístico y en el sector servicios en general, en áreas como marketing de relaciones, marketing de servicios y branding, estudiando, entre otros aspectos, las relaciones entre los clientes y los proveedores de servicios; la calidad y satisfacción; la segmentación de mercados; y las relaciones entre la imagen del destino turístico, su imagen y valor de marca. También tiene una línea de investigación sobre nuevas tecnologías y sostenibilidad en turismo. Entre algunos de los **logros científicos-técnicos**, se puede señalar la adaptación del modelo de servicios de Berry (2000) a los destinos turísticos, que fue publicado en una

revista del primer cuartil del área de turismo (2012); y dos investigaciones posteriores sobre valor de marca, y la oferta y la demanda en turismo enológico, también publicadas en una revista de primer cuartil JCR en turismo (2015 y 2017). En los tres casos, es la revista que está entre las primeras posiciones JCR de la categoría de turismo: *Tourism Management*.

Su **actividad docente** se desarrolla en la Universidad de Castilla-La Mancha desde el curso 1995/96 y colabora en másteres y programas de la UCLM y de otras universidades. Ha realizado estancias docentes en la Université Paris-Est Créteil y la Edith Cowan University de Australia. Posee experiencia de 30 cursos académicos en más de diez asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de Diplomatura, Licenciatura, Grado, Máster y Doctorado. Su docencia en títulos oficiales está vinculada, principalmente, al Grado en Administración y Dirección de Empresas y al Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa. Es coautor de varias publicaciones docentes, acumulando varios libros y capítulos de libros en las editoriales Ariel, Esic y Pirámide, entre otras. Ha participado y ha dirigido proyectos de innovación docente relacionados con la implantación de los créditos ECTS, el EEES, los idiomas en las enseñanzas del EEES y el rendimiento académico. Ha coordinado a los equipos docentes del Grado en ADE que participaban en los proyectos (21 profesores), durante varios cursos académicos, para la creación de un observatorio que mida la relación entre la distribución del tiempo de los estudiantes de Administración y Dirección de Empresas y los resultados académicos obtenidos. Ha participado como ponente en numerosos congresos orientados a la formación docente universitaria, obteniendo un premio por uno de los trabajos presentados; y ha asistido a más de veinte congresos y cursos sobre docencia (11 de ellos sobre el EEES, las nuevas Guías Docentes o el uso de las nuevas herramientas y tecnologías en el aula; y otros 10 seminarios adicionales sobre formación docente para las materias del área de conocimiento).

Por último, en cuanto a la experiencia en **gestión universitaria**, se pueden señalar los siguientes cargos o responsabilidades: Vicedecano Coordinador de Prácticas Externas (29 meses); Coordinador de Grado en ADE (36 meses); Coordinador del Programa de Promoción Universitaria del Vicerrectorado de Estudiantes (5 años); Dirección, Coordinación y Secretaría Académica de más veinte Cursos y Posgrados (6 como director y 15 como secretario y coordinador); Vocal y Secretario de los Tribunales de Selectividad durante 6 años; Presidente de la Comisión de Calidad de la Docencia y Captación de Alumnos; Miembro de la Comisión de Biblioteca; Miembro de la Comisión de Investigación; Miembro de la Comisión Académica de Doctorado; Miembro de la Comisión de Garantía de Calidad del Máster; Miembro de la Comisión de Garantía de Calidad del Doctorado; Miembro electo de Junta de Facultad; Miembro electo del Claustro Universitario; Miembro del Comité de Ciencias Económicas y Empresariales de ACSUCYL desde 2016.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES DE INVESTIGACIÓN (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones relevantes

- Salinero, Y., Prayag, G., Gómez-Rico, M., & Molina-Collado, A. (2025). Generation Z and pro-sustainable tourism behaviors: internal and external drivers. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(6), 1059-1078 [Q1 en JCR]
- Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M. L., Gómez-Rico, M., & del Cerro, J. S. (2024). Sensory versus personal environment as antecedents of the creative food tourism experience. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103688 [Q1 en JCR].
- Guchait, P., Peyton, T., Madera, J. M., Gip, H., & Molina-Collado, A. (2023). 21st century leadership research in hospitality management: a state-of-the-art systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4259-4296 [Q1 en JCR].
- Gómez-Rico, M., Santos-Vijande, M. L., Molina-Collado, A., & Bilgihan, A. (2023) Unlocking the flow experience in apps: Fostering long-term adoption for sustainable healthcare systems. *Psychology & Marketing*, 40, 1556-1578 [Q2 en JCR].
- Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M. L., Gómez-Rico, M., & Madera, J.M. (2022). Sustainability in hospitality and tourism: a review of key research topics from 1994 to 2020. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(8), 3029-3064. [Q1 en JCR]
- Molina-Collado, A., Gómez-Rico, M., Sigala, M., Molina, M.V., & Aranda, E. (2022). Mapping tourism and hospitality research on information and communication technology: a bibliometric and scientific approach. *Information Technology & Tourism*, 24(2), 299-340. [Q1 en JCR]
- Santos-Vijande, M. L., Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A., & Davison, R. M. (2022). Building user engagement to mhealth apps from a learning perspective: Relationships among functional, emotional and social drivers of user value. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102956. [Q1 en JCR]
- Molina-Collado, A., Salgado-Sequeiros, J., Gómez-Rico, M., García, E. A., & De Maeyer, P. (2021). Key themes in consumer financial services research from 2000 to 2020: a bibliometric and science mapping analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1146-1478. [Q2 en JCR].

- Pascual-Fernández, P., Santos-Vijande, M. L., López-Sánchez, J. Á., & Molina, A. (2021). Key drivers of innovation capability in hotels: Implications on performance. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102825. [Q1 en JCR]

Molina, A., Gómez, M., Lyon, A., Aranda, E., & Loibl, W. (2020). What content to post? Evaluating the effectiveness of Facebook communications in destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100498. [Q1 en JCR]

Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2019). An integrated model of social media brand engagement. *Computers in Human Behavior*, 96, 196-206. [Q1 en JCR]

Gómez, M., Pratt, M. A., & Molina, A. (2018). Wine tourism research: a systematic review of 20 vintages from 1995 to 2014. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2211-2249. [Q1 en JCR]

Gómez, M., Imhoff, B., Martín-Consuegra, D., Molina, A., & Santos-Vijande, M. L. (2018). Language tourism: The drivers that determine destination choice intention among US students. *Tourism Management Perspectives*, 27, 125-135. [Q2 en JCR]

Gómez, M., Fernández, A. C., Molina, A., & Aranda, E. (2018). City branding in European capitals: An analysis from the visitor perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 190-201. [Q1 en JCR]

Molina, A.; Fernández, A.C.; Gómez, M.; Aranda, E. (2017): Differences in the city branding of European capitals based on online vs. offline sources of information, *Tourism Management*, 58, 2-39. [Q1 en JCR]

Díaz, A.; Gómez, M.; Molina, A. (2017). A comparison of online and offline consumer behaviour: An empirical study on a cinema shopping context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 44-50. [Q1 en SJR y Q2 en JCR].

Blázquez, J.J.; Molina, A.; & Esteban, A. (2015): Service-Dominant Logic in tourism: the way to loyalty, *Current Issues in Tourism*, 18, 706-724. [Q1 en JCR]

Gómez, M.; López. C.; & Molina, A. (2015): A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain, *Tourism Management* , 51, 210-222. [Q1 en JCR]

González, B.; Gómez, M.; & Molina, A. (2015): Configuration of the hotel and non-hotel accommodations: An empirical approach using network analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 39-51. [Q1 en JCR]

Gómez, M.; García, J.A.; & Molina, A. (2013). The cognitive image in the interior destinations from the perspective of residents and visitors: An empirical application in 4 Spanish regions, *Business Research Quarterly*, 16, 167-179. [Q2 en JCR]

García, J.A.; Gómez, M.; & Molina, A. (2012). A destination-branding model: an empirical analysis based on stakeholders, *Tourism Management*, 33, 646-661. [Q1 en JCR]

Molina, A.; Martín-Consuegra, D.; & Esteban, Á. (2007). Relational benefits and customer satisfaction in retail banking, *International Journal of Bank Marketing*, 25, 253-271. [Q2 en JCR y Q1 en SJR] [Mejor artículo del año en EMERALD]

Molina, A. & Esteban, Á. (2006). Tourism brochures: usefulness and image, *Annals of Tourism Research*, 33, 1036-1056. [Q1 en JCR]

Esteban, A., Millán, A., Molina, A., & Martin-Consuegra, D. (2002). Market orientation in service: A review and analysis. *European Journal of Marketing*, 36, 1003-1021. [Q2 en JCR]

C.2. Proyectos relevantes

Referencia: PID2019-105726RB-I00

Título del proyecto: Innovación técnica y social para el desarrollo de la economía circular: claves hacia un comportamiento sostenible

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación. Convocatoria: Plan Nacional I+D+i

Investigador responsable: Leticia Santos Vijande. **Entidad de afiliación:** Universidad de Oviedo

Fecha de inicio: 01/06/2020 Fecha de finalización: 31/12/2023

Referencia: ECO2016-76783-R

Título del proyecto: Análisis de los efectos de las capacidades clave en el ámbito de la comercialización de nuevos servicios industriales y de consumo. Implicaciones para la competitividad

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. **Convocatoria:** Plan Nacional I+D+i

Investigador responsable: Víctor Iglesias Argüelles. Entidad de afiliación: Universidad de Oviedo

Fecha de inicio: 01/01/2017 Fecha de finalización: 31/12/2019

Referencia: ECO2012-31300

Título del proyecto: La innovación como instrumento de competitividad en las empresas de servicios: análisis de la influencia de las capacidades organizativas en la actividad innovadora y el éxito de nuevos servicios industriales y de consumo

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad. Convocatoria: Plan Nacional I+D+i

Investigador responsable: María Leticia Santos Vijande. Entidad de afiliación: Universidad de Oviedo

Fecha de inicio: 01/01/2013 Fecha de finalización: 30/09/2016

Referencia: PAI08-276-7163

Título del proyecto: La importancia del consumidor en la estrategia del comercio de Castilla-La Mancha

Entidad financiadora: Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Comunidades de CLM

Convocatoria: Plan Regional de Investigación de I+D+i

Investigador responsable: Evangelina Aranda García

Entidad de afiliación: Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de inicio: 06/02/2008 Fecha de finalización: 31/12/2010

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

Título del contrato: Turismo Sostenible, Digital e Inclusivo: las Aportaciones de la Economía Social

Empresa/Entidad: ASATA

Fecha de inicio: 01/06/2023 Fecha de finalización: 31/12/2024

Título del contrato: Hábitos turísticos en Castilla-La Mancha

Empresa/Entidad: Dirección General de Turismo de la JCCM

Fecha de inicio: 01/06/2018 Fecha de finalización: 31/01/2019

Título del contrato: Informe de Evaluación de Marketing y Comercialización Internacional

Empresa/Entidad: UNIR, S.A.

Fecha de inicio: 01/09/2017 Fecha de finalización: 31/08/2018

Título del contrato: Estudio sobre los Hábitos y el Gasto de los Visitantes en Toledo

Empresa/Entidad: Ayuntamiento de Toledo

Fecha de inicio: 07/05/2013 Fecha de finalización: 31/12/2013

Título del contrato: Análisis del Precio Percibido por los Consumidores del Centro Comercial y de Ocio Puerta de Toledo en la Restauración. El Caso de La Tagliatella

Empresa/Entidad: Real de Olías, S.A.

Fecha de inicio: 30/06/2011 Fecha de finalización: 31/01/2012

Título del contrato/proyecto: Elaboración y Mantenimiento del Sistema de Investigación Turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM) (tres contratos diferentes, uno por año)

Empresa/Entidad: Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha, JCCM

Entidad de afiliación: Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de inicio: 30/11/2007 Fecha de finalización: 31/12/2010

En Toledo, a 31 de octubre de 2025

Arturo Molina Collado