

Fecha del CVA

31/10/2025

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre *	RAQUEL		
Apellidos *	GURREA SARASA		
Sexo *	No Contesta	Fecha de Nacimiento *	
DNI/NIE/Pasaporte *		Teléfono *	
URL Web			
Dirección Email	gurrea@unizar.es		
Identificador científico	Open Researcher and Contributor ID (ORCID) *	0000-0002-5487-5203	
	Researcher ID		
	Scopus Author ID		

* Obligatorio

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Prof. Titular Univ.		
Fecha inicio	2011		
Organismo / Institución	Universidad de Zaragoza		
Departamento / Centro	Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados. Área: Comercialización e Investigación de Mercados. Área de conocimiento (Macroárea): Ciencias Sociales y Jurídicas / Facultad de Economía y Empresa		
País		Teléfono	
Palabras clave			

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

AC: Autor de correspondencia; (nº x / nº y): posición firma solicitante / total autores. Si aplica, indique el número de citaciones

- 1 **Artículo científico.** Barta, Sergio; Gurrea, Raquel; Flavián, Carlos. 2025. Augmented reality experiences: Consumer-centered augmented reality framework and research agenda. PSYCHOLOGY & MARKETING. 42-2, pp.634-650. ISSN 0742-6046. <https://doi.org/10.1002/mar.22143>
- 2 **Artículo científico.** Barta, Sergio; Gurrea, Raquel; Flavián, Carlos. 2023. Consequences of consumer regret with online shopping. JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES. 73, pp.103332 [13 pp.]. ISSN 0969-6989. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103332>
- 3 **Artículo científico.** Barta, S.; Gurrea, R.; Flavián, C.2023. How augmented reality increases engagement through its impact on risk and the decision process. CYBERPSYCHOLOGY BEHAVIOR AND SOCIAL NETWORKING. 26-3, pp.177-187. ISSN 2152-2715. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0087>
- 4 **Artículo científico.** Barta, Sergio; Gurrea, Raquel; Flavián, Carlos. 2023. Telepresence in live-stream shopping: an experimental study comparing Instagram and the metaverse. ELECTRONIC MARKETS. 33-1, pp.29 [21 pp.]. ISSN 1019-6781. <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00643-6>
- 5 **Artículo científico.** Barta, Sergio; Gurrea, Raquel; Flavián, Carlos. 2023. The double side of flow in regret and product returns: maximizers versus satisficers. INTERNATIONAL JOURNAL OF INFORMATION MANAGEMENT. 71, pp.102648 [13 pp.]. ISSN 0268-4012. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102648>

- 6 Artículo científico.** Barta, S.; Gurrea, R.; Flavián, C.2023. Using augmented reality to reduce cognitive dissonance and increase purchase intention. COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR. 140, pp.107564 [13 pp.]. ISSN 0747-5632. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107564>
- 7 Artículo científico.** Barta Arroyos, Sergio; Gurrea Sarasa, Raquel; Flavián Blanco, Carlos. 2022. The role of flow consciousness in consumer regret. INTERNET RESEARCH. 32-3, pp.875-896. ISSN 1066-2243. <https://doi.org/10.1108/INTR-08-2020-0482>
- 8 Artículo científico.** Anía Melón, M.P.; Fandos-Herrera, C.; Gurrea Sarasa, R.2021. Analysis of antecedents and consequences of memorable tourist experiences (MTEs): A Spanish case study. JOURNAL OF VACATION MARKETING. 27-3, pp.1-15. ISSN 1356-7667. <https://doi.org/10.1177/1356766720987879>
- 9 Artículo científico.** Barta, S.; Flavian, C.; Gurrea, R.2021. Managing consumer experience and online flow: Differences in handheld devices vs PCs. TECHNOLOGY IN SOCIETY. 64, pp.101525 [10 pp.]. ISSN 0160-791X. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101525>
- 10 Artículo científico.** Flavián, Carlos; Gurrea, Raquel; Orús, Carlos. 2020. Combining channels to make smart purchases: The role of webrooming and showrooming. JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES. 52, pp.101923 [11 pp.]. ISSN 0969-6989. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101923>
- 11 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea, R.; Orús, C.2020. Mobile word of mouth (m-WOM): analysing its negative impact on webrooming in omnichannel retailing. INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT. 49-3, pp.394-420. ISSN 0959-0552. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2020-0169>
- 12 Artículo científico.** Perez-Lopez, R.; Gurrea-Sarasa, R.; Herrando, C.; Martin-de Hoyos, M.J.; Bordonaba-Juste, V.; Utrillas Acerete, A.2020. The generation of student engagement as a cognition-affect-behaviour process in a Twitter learning experience. AUSTRALASIAN JOURNAL OF EDUCATIONAL TECHNOLOGY. 36-3, pp.132-146. ISSN 1449-3098. <https://doi.org/10.14742/ajet.5751>
- 13 Artículo científico.** Flavián, Carlos; Gurrea, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2019. Feeling Confident and Smart with Webrooming: Understanding the Consumer's Path to Satisfaction. JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING. 47, pp.1-15. ISSN 1094-9968. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.02.002>
- 14 Artículo científico.** Orús, C.; Gurrea, R.; Ibáñez-Sánchez, S.2019. The impact of consumers' positive online recommendations on the omnichannel webrooming experience. SPANISH JOURNAL OF MARKETING - ESIC. 23-3, pp.397-414. ISSN 2444-9695. <https://doi.org/10.1108/SJME-08-2019-0067>
- 15 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea, R.; Orus, C.2017. The influence influence of online product presentation videos on persuasion and purchase channel preference: The role of imagery fluency and need for touch. TELEMATICS AND INFORMATICS. 34-8, pp.1544-1556. ISSN 0736-5853. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.002>
- 16 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea, R.; Orus, C.2016. Choice confidence in the webrooming purchase process: The impact of online positive reviews and the motivation to touch. JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR. 15-5, pp.459-476. ISSN 1472-0817. <https://doi.org/10.1002/cb.1585>
- 17 Artículo científico.** Orús, C.; Gurrea, R.; Flavián, C.2016. Facilitating imaginations through online product presentation videos: effects on imagery fluency, product attitude and purchase intention. ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH. pp.1-40. ISSN 1389-5753. <https://doi.org/10.1007/s10660-016-9250-7>
- 18 Artículo científico.** Orús, C.; Barlés, M. J.; Belanche, D.; Casaló, L.; Fraj, E.; Gurrea, R.2016. The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction. COMPUTERS AND EDUCATION. 95-, pp.254-269. ISSN 0360-1315. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.007>

- 19 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea, R.; Orus, C.2016. The Impact of Recommendations on the Cross-Channel Shopping Behavior. DEVELOPMENTS IN MARKETING SCIENCE: PROCEEDINGS OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. pp.295-301. ISSN 2363-6165. https://doi.org/10.1007/978-3-319-29877-1_60
- 20 Artículo científico.** Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2014. El papel de la vivacidad de la información online, la necesidad de tocar y la auto-confianza en la búsqueda de información online-offline. REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING ESIC. 18-2, pp.108-125. ISSN 1138-1442. <https://doi.org/10.1016/j.reimke.2014.06.004>
- 21 Artículo científico.** Gurrea,R.; Orús,C.; Flavián,C.2013. The role of symbols signalling the product status on online users' information processing. ONLINE INFORMATION REVIEW. 37-1, pp.8-27. ISSN 1468-4527. <https://doi.org/10.1108/14684521311311603>
- 22 Artículo científico.** Flavián,C.; Gurrea,R.; Orús,C.2012. An Integrative Perspective of Online Foraging Behavior with Search Engines. PSYCHOLOGY & MARKETING. 29-11, pp.836-849. ISSN 0742-6046. <https://doi.org/10.1002/mar.20568>
- 23 Artículo científico.** Flavián-Blanco, C.; Gurrea-Sarasa, R.; Orús-Sanclemente, C.2011. Analyzing the emotional outcomes of the online search behavior with search engines. COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR. 27-1, pp.540-551. ISSN 0747-5632.
- 24 Artículo científico.** Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2011. La atención visual y el comportamiento en buscadores: Análisis experimental con eye-tracking. INVESTIGACIÓN Y MARKETING. 110, pp.40-47. ISSN 1131-6144.
- 25 Artículo científico.** Flavian Blanco, C.; Gurrea Sarasa, R.; Orus Sanclemente, C.2010. Effects of visual and textual information in online product presentations: Looking for the best combination in website design. EUROPEAN JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS. 19-6, pp.668-686. ISSN 0960-085X.
- 26 Artículo científico.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2010. Gender Differences Regarding the Product's Online Visual Representation: Impact on Satisfaction and Purchase Intention.ESIC MARKET. 138-11, pp.145-170. ISSN 0212-1867.
- 27 Artículo científico.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2009. A heuristic evaluation of websites design for achieving the web success. INTERNATIONAL JOURNAL OF SERVICES AND STANDARDS. 5-1, pp.17-41. ISSN 1740-8849. <https://doi.org/10.1504/IJSS.2009.021664>
- 28 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea,R.2009. Digital Versus Traditional Newspapers Influences on Perceived Substitutability. INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKET RESEARCH. 51-5, pp.635-657. ISSN 1470-7853.
- 29 Artículo científico.** Flavián, Carlos; Gurrea,R.; Orús, Carlos. 2009. The Effect of Product Presentation Mode on the Perceived Content and Continent Quality of Web Sites. ONLINE INFORMATION REVIEW. 33-6, pp.1103. ISSN 1468-4527.
- 30 Artículo científico.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2009. The impact of online product presentation on consumers' perceptions: An experimental analysis. INTERNATIONAL JOURNAL OF E-SERVICES AND MOBILE APPLICATIONS. 1-3, pp.17-37. ISSN 1941-627X. <https://doi.org/10.4018/jesma.2009070102>
- 31 Artículo científico.** Flavián, Carlos; Gurrea,R.2009. Users' Motivations and Attitude Towards the Online Press. THE JOURNAL OF CONSUMER MARKETING. 26-3, pp.164. ISSN 0736-3761.
- 32 Artículo científico.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2009. Web design: a key factor for the website success. JOURNAL OF SYSTEMS AND INFORMATION TECHNOLOGY. 11-2, pp.168-184. ISSN 1328-7265. <https://doi.org/10.1108/13287260910955129>
- 33 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea,R.; Orus,C.2008. Analysing the Key Factors of Web Design: A Heuristic Evaluation. LECTURE NOTES IN COMPUTER SCIENCE. 5183, pp.31-40. ISSN 0302-9743.
- 34 Artículo científico.** Flavián, C.; Gurrea,R.2008. El Sector Periodístico Ante La Innovación Tecnológica: El Impacto De Internet. ESTUDIOS SOBRE CONSUMO. 83, pp.55-68. ISSN 0212-9469.

- 35 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea,R.2008. Reading Newspapers on the Internet: The Influence of Web Sites' Attributes. *INTERNET RESEARCH*. 18-1, pp.25-45. ISSN 1066-2243.
- 36 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea,R.2007. Analyzing the Influence of Websites Attributes on the Choice of Newspapers on the Internet. *LECTURE NOTES IN COMPUTER SCIENCE*. 4655, pp.179-190. ISSN 0302-9743.
- 37 Artículo científico.** Flavián, C.; Gurrea,R.2007. Duality of Newspaper Distribution Channels: An Analysis of Readers' Motivations. *THE INTERNATIONAL REVIEW OF RETAIL, DISTRIBUTION AND CONSUMER RESEARCH*. 17-1, pp.63-78. ISSN 0959-3969.
- 38 Artículo científico.** Flavian, C.; Gurrea,R.2007. Perceived Substitutability between Digital and Physical Channels: The Case of Newspapers. *ONLINE INFORMATION REVIEW*. 31-6, pp.793-813. ISSN 1468-4527.
- 39 Artículo científico.** Jiménez Martínez, J.; Gurrea Sarasa, R.; Flavián Blanco, C.2006. Periódicos electrónicos: ¿un complemento o una alternativa a la prensa tradicional?. *ESTUDIOS SOBRE CONSUMO*. 78, pp.49-62. ISSN 0212-9469.
- 40 Artículo científico.** Gurrea Sarasa,Raquel; Flavián Blanco,Carlos; Jiménez Martínez,Julio. 2006. Prensa digital prensa tradicional: un análisis empírico del comportamiento del consumidor. *INVESTIGACIÓN Y MARKETING*. 9, pp.21-28. ISSN 1131-6144.
- 41 Artículo científico.** Flavian,Carlos; Gurrea,Raquel. 2006. The choice of digital newspapers: influence of reader goals and user experience. *INTERNET RESEARCH*. 16-3, pp.231-247. ISSN 1066-2243.
- 42 Artículo científico.** Flavián, C.; Guinaliu, M.; Gurrea, R.2006. The influence of familiarity and usability on loyalty to online journalistic services: The role of user experience. *JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES*. 13-5, pp.363-375. ISSN 0969-6989. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2005.11.003>
- 43 Artículo científico.** Flavian,C.; Guinaliu,M.; Gurrea,R.2006. The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *INFORMATION & MANAGEMENT*. 43-1, pp.1-14. ISSN 0378-7206.
- 44 Capítulo de libro.** Barta, S; Gurrea, R; Flavián, C. 2022. A View of Augmented Reality in the Beauty Industry from an Exploratory Perspective: Generations X and Z. *MARKETING AND SMART TECHNOLOGIES. SMART INNOVATION, SYSTEMS AND TECHNOLOGIES*. Springer. 279, pp.575-583. ISBN 978-981-16-9267-3.
- 45 Capítulo de libro.** Barta Arroyos, Sergio; Flavián Lázaro, Marta; Gurrea Sarasa, Raquel. 2021. Influencer Marketing: How Social Presence Affects Followers' Intentions. *MARKETING AND SMART TECHNOLOGIES*. Springer Singapore. pp.467-478. ISBN 978-981-334-183-8. <https://doi.org/10.1007/978-981-33-4183-8>
- 46 Capítulo de libro.** Bordonaba Juste, M^a Victoria; Fraj Andrés, Elena; Gurrea Sarasa, Raquel; Herrando Soria, Carolina; Martín de Hoyos, M^a José; Pérez López, Raúl; Utrillas Acerete, Ana. 2019. Realidad aumentada y redes sociales en el aula como medio para motivar el aprendizaje activo y colaborativo del alumno. *BUENAS PRÁCTICAS EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA CON APOYO DE TIC. EXPERIENCIAS EN 2018*. Vicerrectorado de Cultura y Proyección Social. pp.247-258. ISBN 978-84-17873-44-8.
- 47 Capítulo de libro.** Orús Sanclemente, Carlos; Barlés Arizón, María José; Belanche Gracia, Daniel; Casaló Ariño, Luis Vicente; Fraj Andrés, Elena; Gurrea Sarasa, Raquel. 2015. Creación de un canal de YouTube para el aprendizaje en marketing: ventajas de la participación activa de los estudiantes. *BUENAS PRÁCTICAS EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA CON APOYO DE TIC. EXPERIENCIAS EN 2014*. Prensas de la Universidad de Zaragoza. pp.315-323. ISBN 978-84-16272-97-6.

- 48 Capítulo de libro.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2013. La búsqueda de información multicanal en una secuencia online-offline: análisis de la experiencia del consumidor. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA MULTICANAL: TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES PARA QUE FABRICANTE Y DISTRIBUIDOR RENTABILICEN SUS DECISIONES DE MARKETING. Cátedra Fundación Areces de Distribución Comercial. 51, pp.251-265. ISBN 978-84-8367-431-4.
- 49 Capítulo de libro.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2011. El papel del canal físico e Internet en la búsqueda de información multicanal. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TRADICIONAL VERSUS ONLINE. Cátedra Fundación Areces de Distribución Comercial. 16, pp.309-326. ISBN 978-84-8367-357-7.
- 50 Capítulo de libro.** Flavián Blanco, Carlos; Gurrea Sarasa, Raquel; Orús Sanclemente, Carlos. 2009. La presentación del producto en el establecimiento virtual : impacto en las percepciones del consumidor. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL: ESTRATEGIAS PARA COMPETIR POR EL CONSUMIDOR. Cátedra Fundación Areces de Distribución Comercial. pp.51-63. ISBN 9788483672426.
- 51 Libro o monografía científica.** Flavián, C; Gurrea, R.; Orús, C.2007. Empresa global y mercados locales. ESIC. pp.135. ISBN 978-84-7356-500-4.

C.3. Proyectos y Contratos

- 1 Proyecto.** JIUZ2024-CSJ-05: El papel de la Inteligencia Artificial en la autenticidad y engagement del marketing de influencers en TikTok. FUNDACIÓN BANCARIA IBERCAJA. Sergio Barta Arroyos. (Facultad de Empresa y Gestión Pública - Universidad de Zaragoza). 03/09/2025-02/09/2026. 2.000 €.
- 2 Proyecto.** UZ2024-CSJ-02: Impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en la Comunicación Ética y Segura para el Bienestar Psicológico de la Ciudadanía (GENIACES). UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 09/07/2025-08/07/2026. 5.600 €.
- 3 Proyecto.** S20_23R: METODO. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Empresa y Gestión Pública - Universidad de Zaragoza). 01/01/2023-31/12/2025. 37.743,62 €.
- 4 Proyecto.** JIUZ2023-CSJ-03: El papel de la inteligencia artificial generativa en la mejora ética y responsable de la experiencia del cliente. FUNDACIÓN BANCARIA IBERCAJA. Daniel Belanche Gracia. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 16/05/2024-15/05/2025. 2.000 €.
- 5 Proyecto.** EL IMPACTO DE LA REALIDAD VIRTUAL. REALIDAD AUMENTADA, Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA GENERACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS SUPERIORES, SEGURAS Y SOSTENIBLES. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 18/09/2021-30/04/2024. 33.890,2 €.
- 6 Proyecto.** PID2019-105468RB-I00: Impacto de las tecnologías inmersivas en los nuevos procesos de comunicación: claves para mejorar las experiencias de uso. AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/06/2020-29/02/2024. 38.720 €.
- 7 Proyecto.** S20_20R: METODO (Marketing Estratégico Y Teorías De Organización Y Dirección De Empresas). GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2020-31/12/2022. 27.572 €.
- 8 Proyecto.** JIUZ-2020-SOC-03:La Inteligencia Artificial y la automatización de servicios como respuesta de choque al COVID-19. FUNDACIÓN BANCARIA IBERCAJA. Daniel Belanche Gracia. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2021-31/12/2021. 2.000 €.

- 9 Proyecto.** UZ_MOD_B_SOC. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PROPIO, MODALIDAD B "ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES Y COMPORTAMIENTO DEL USUARIO DE INTERNET MEDIANTE TÉCNICAS TRADICIONALES Y LAS NUEVAS HERRAMIENTAS PROPORCIONADAS POR LA NEUROSCIENCIA".. UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA - PIP. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 21/11/2017-20/11/2021. 88.500 €.
- 10 Proyecto.** JIUZ-2019-SOC-11: FACTORES CLAVE DEL ESTADO DE FLUJO DEL CONSUMIDOR ONLINE EN DISPOSITIVOS MÓVILES. FUNDACIÓN BANCARIA IBERCAJA; UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA. Raquel Gurrea Sarasa. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2020-30/04/2021. 2.000 €.
- 11 Proyecto.** LMP65_18: RETOS Y OPORTUNIDADES DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y TECNOLOGÍAS INMERSIVAS EN LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS INTEGRALES DE TURISMO EN ARAGÓN.. FONDOS FEDER; GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/10/2018-30/11/2020. 67.053,38 €.
- 12 Proyecto.** GRUPO DE REFERENCIA METODO Marketing Estratégico y teorías de Organización y Dirección de Empresas.. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2017-31/12/2019. 43.450 €.
- 13 Proyecto.** ECO2016-76768-R: NEUROSCIENCIA APLICADA A LAS EMOCIONES DEL CONSUMIDOR: UNA VÍA PRA MEJORAR LA EXPERIENCIA PUBLICITARIA Y DE COMPRA ONLINE.. MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 30/12/2016-29/12/2019. 22.990 €.
- 14 Proyecto.** GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATÉGICO Y TEORÍAS DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS).. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2016-31/12/2016. 3.387 €.
- 15 Proyecto.** ECO2012-36031 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ANTE EL CANAL FÍSICO Y VIRTUAL: CLAVES PARA LA GESTIÓN DEL CLIENTE MULTICANAL.. MINECO. MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2013-30/09/2016. 21.645 €.
- 16 Proyecto.** GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATÉGICO Y TEORÍAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS).. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2015-31/12/2015. 3.799 €.
- 17 Proyecto.** GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATÉGICO Y TEORÍAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS).. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2014-31/12/2014. 3.960 €.
- 18 Proyecto.** GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATÉGICO Y TEORÍAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS). GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 01/01/2013-31/12/2013. 3.952 €.
- 19 Proyecto.** ECO2009-10157. CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LAS REDES SOCIALES VIRTUALES. UN ANALISIS PARA LA GESTION EMPRESARIAL Y DEL CONOCIMIENTO.. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACION. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/01/2010-30/09/2013. 98.010,01 €.
- 20 Proyecto.** GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATEGICO Y TEORIAS DE LA ORGANIZACION Y LA DIRECCION DE EMPRESAS). D.G.A.. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/01/2011-31/12/2012. 12.591 €.

- 21 Proyecto.** LA ACEPTACIÓN DE INICIATIVAS DE ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA: GESTIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS CONFIABLES ORIENTADOS AL CIUDADANO. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/10/2009-30/09/2011. 50.000 €.
- 22 Proyecto.** DECIPHER - Development and Export of Cultural Initiatives for the Promotion and Harmonisation of Employer-led Resources. (Programa: LEONARDO DA VINCI – MULTILATERAL PROJECTS - TRANSFER OF INNOVATION). 01/10/2009-30/09/2011. 399.995 €.
- 23 Proyecto.** NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCION EN SERVICIOS INTERACTIVOS IP: CUANTIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LA EXPERIENCIA. CATEDRA TELEFONICA. José de las Huertas Ruiz Más. (Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza). 15/03/2010-14/03/2011. 8.000 €.
- 24 Proyecto.** PLATAFORMA BASADA EN LA INTERNET DE LOS OBJETOS PARA LA INTERACCIÓN ENTRE PERSONAS REALES A TRAVÉS DEL MUNDO VIRTUAL MEDIANTE NUEVOS INTERFACES PERSONA-DISPOSITIVO (IFIT). MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/01/2009-31/12/2010. 60.494 €.
- 25 Proyecto.** GRUPO CONSOLIDADO S46 METODO (MARKETING ESTRATÉGICO Y TEORÍAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA DIRECCION DE EMPRESAS). D.G.A.. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/01/2008-31/12/2010. 32.712 €.
- 26 Proyecto.** PET 2007-008-C11-11 CALIDAD PERCIBIDA DEL JAMÓN DE TERUEL. INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACION Y TECNOLOGIA AGRARIA. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 25/07/2007-24/07/2010. 89.280 €.
- 27 Proyecto.** TAS3 / TRUSTED ARCHITECTURE FOR SECURELY SHARED SERVICES (FP7 Grant Agreement nº 216287). UNION EUROPEA. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/01/2008-30/06/2010. 210.266,87 €.
- 28 Proyecto.** LA QoE Y LAS PERCEPCIONES DEL USUARIO. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS MULTIMEDIA EN REDES DE ACCESO DE BANDA ANCHA. CATEDRA TELEFONICA. Blanca Isabel Hernández Ortega. (Facultad de Economía y Empresa - Universidad de Zaragoza). 08/04/2009-07/04/2010. 8.000 €.
- 29 Proyecto.** USABILIDAD, ACCESIBILIDAD Y ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON EL DISEÑO DE LA INTERFAZ DE APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES. GOBIERNO DE ARAGÓN. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/10/2006-30/09/2008. 42.797 €.
- 30 Proyecto.** UZ2006-TEL-01. LA MEJORA EN LA PRESTACION DE SERVICIOS COMO ORIGEN Y DESTINO DEL COMERCIO ELECTRONICO B2A.. VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN.- CÁTEDRA TELEFONICA. María José Martín de Hoyos. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/01/2007-31/12/2007. 8.000 €.
- 31 Proyecto.** UZ2005-TEL-01. ESTUDIO DE TECNOLOGIAS SEGURAS PARA REDES MOVILES. ADOPCION POR PARTE DEL MERCADO PARA LAS TRANSACCIONES COMERCIALES.. VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN.- CÁTEDRA TELEFONICA. José Luis Salazar Riaño. (Escuela de Ingeniería y Arquitectura - Universidad de Zaragoza). 01/01/2006-31/12/2006. 8.000 €.
- 32 Contrato.** LAS REDES SOCIALES VIRTUALES EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO. EL CASO DE LA PROMOCIÓN DE ZARAGOZA-EXPO 2008 FUNDACION ECONOMIA ARAGONESA. Carlos Flavián Blanco. (Facultad de Economía y Empresa (f.Cc.Ee.Yee) - Universidad de Zaragoza). 01/03/2006-01/01/2007.