



Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA

10-10-2025

Nombre y apellidos	M ^a de las Mercedes Martos Partal		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
	Open Researcher and Contributor ID (ORCID**)	0000-0002-0390-3358	
	WoS Researcher ID (*)	L-7112-2014	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Salamanca		
Dpto./Centro	Administración y Economía de la Empresa/Instituto Mustidisciplinar de Empresa		
Dirección	Campus Miguel de Unamuno, 37007 Salamanca		
Teléfono	923294500	Correo electrónico	mmartos@usal.es
Categoría profesional	Catedrática de Universidad	Fecha inicio	02/10/2020
Palabras clave	Comercialización e Investigación de Mercados		
Palabras clave inglés	Marketing		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Diplomada en Ciencias Empresariales	Universidad de Jaén	1996
Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad Complutense de Madrid	1998
Doctorado en Economía de la Empresa y Métodos Cuantitativos	Universidad Carlos III de Madrid	2005

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

- 6 tesis doctorales dirigidas desde 2012 que han obtenido la máxima calificación.
- Tres sexenios de investigación reconocido por la Comisión Nacional de Evaluación de la Actividad Investigadora: 2004-2010; 2011-2016 y 2017-2022. Ratio de número de sexenios sobre sexenios posible del 100%.

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

Soy catedrática en el área de comercialización e investigación de mercados en el departamento de administración y economía de la empresa de la universidad de Salamanca, miembro de la unidad de investigación de excelencia de la Junta de Castilla y León de “gestión económica para la sostenibilidad” (GECOS) y del instituto multidisciplinar de empresa (IME).

Mis áreas de especialización principales son la distribución Comercial y el comportamiento del consumidor. Mi carrera académica se ha forjado en la universidad Carlos III de Madrid (desde 2005 soy doctora en economía de la empresa y métodos cuantitativos, programa con mención de calidad) y la universidad de Salamanca. Soy licenciada en ciencias económicas y empresariales por la universidad complutense de Madrid y diplomada por la Universidad de Jaén. He realizado una estancia de investigación la Leeds School of Business de la Universidad de Colorado.

Mis trabajos de investigación han sido publicados en revistas académicas como: Journal of Marketing, Journal of Retailing, Marketing Letters, Journal of Advertising Research, International Journal of Advertising, Psychology & Marketing, Food Quality & Preference, Journal of Retailing and Consumer Services, entre otras. Con citas en revistas internacionales entre las que cabe destacar: Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Management Science, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Retailing, entre otras

Desde 2001 he participado de forma ininterrumpida como investigadora en proyectos de investigación competitivos financiados en convocatorias de ámbito nacional y regional. Siendo co-IP en los tres últimos proyectos financiados en la convocatoria nacional. También he participado en 5 contratos de transferencia de conocimiento.

Mi actividad investigadora ha sido reconocida con tres sexenios (2004-2010; 2011-2016; 2017-2022), ratio de número de sexenios sobre sexenios posible de 100%. Desde 2012 he codirigido seis tesis doctorales que han obtenido la máxima calificación.

Tengo una experiencia docente con grado de doctora de más de 18 años, en grado y postgrado. Tengo reconocidos cinco quinquenios docentes (1998-2003; 2003-2008; 2008-2013; 2013-2018 y 2018-2023) y desde que se implantó el programa Docencia de la Universidad de Salamanca he obtenido la mención de Excelente en dos periodos, y el último periodo ha sido evaluado como Muy favorable. Dentro de dicha actividad resaltar mi participación continuada desde 2007 en el máster de investigación en economía de la empresa de la universidad de Salamanca, paso previo a la realización de la tesis doctoral.

En gestión destacar mi cargo como vicedecana de relaciones internacionales y alumnos de la facultad de economía y empresa en la universidad de Salamanca (2017-2010). Durante cuatro años (2016-2020) he sido secretaria de AEMARK (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional). Desde 2021 -actual soy la coordinadora del programa de doctorado interuniversitario en economía de la empresa (Valladolid, Salamanca-coordinadora, León y Burgos).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones seleccionadas más recientes

- Ma Y., Ailawadi L. K Martos-Partal, M., González-Benito. O. (2024). Dual Branding by National Brand Manufacturers: Drivers and Outcomes, **Journal of Marketing**, 88(3), 69-87. DOI: 10.1177/00222429231196575
- Morales Serazzi, M.A, González-Benito. O., Martos-Partal, M. (2023). Achieving Useful Data Analytics for Marketing: Discrepancies in Information Quality for Producers and Users of Information, **BRQ Business Research Quarterly**. 26 (3), 196-215. DOI: 10.1177/2340944421996343
- López-Jáuregui, A., Martos-Partal, M., Labeaga, J.M., (2022). Why do SMEs Switch Suppliers?, **Journal of Business and Industrial Marketing**. 37 (7), 1463-1474. DOI: 10.1108/JBIM-05-2020-0238
- Pérez-Santamaría, S. Martos-Partal, M (2021). Analyzing the Effects of Private-Label Supplier Disclosure on Retailer Image, **Journal of Retailing and Consumer Services**, 62, 102666, 1-9. DOI: 10.1016/j.jretconser.2021.102666
- Garrido-Morgado, A., González-Benito. O., Martos-Partal, M., Campo, K. (2021). Which Products are More Responsive to in-Store Displays: Utilitarian or Hedonic? **Journal of Retailing**, 97 (3), 477-491. DOI: 10.1016/j.jretai.2020.10.005
- Pérez-Santamaría, S. Martos-Partal, M., Garrido-Morgado, A. (2019). Identifying a Private-Label Supplier on National Brand, **Journal of Product & Brand Management**, 28 (3), 432-443. DOI: 10.1108/JPBM-06-2018-1908
- González-Benito. O., Martos-Partal, M. y Garrido-Morgano. A. (2018). Retail Store Format Decisions. **En Handbook of Research on Retailing**, Elgar Publishing, 331-343. Editado por Gielen, K y Gijbrecchts, E.
- Hidalgo-Baz, M. Martos-Partal, M., González-Benito. O. (2017). Assessments of the Quality of Organic Versus Conventional Products, by Category and Cognitive Style, **Food Quality and Preference**, 62, 31-37. DOI: 10.1016/j.foodqual.2017.06.008
- Hidalgo-Baz, M. Martos-Partal, M., González-Benito. O., (2017). Is Advertising Helpful for Organic Businesses? Differential Effects of Packaging Claims, **International Journal of Advertising**, 36 (4), 542-561. DOI: 10.1080/02650487.2016.1203857
- San Martín, S, González-Benito. O., y Martos-Partal, M. (2017). To What Extent Does Need For Touch Affect Online Perceived Quality?, **International Journal of Retail & Distribution Management**, 45 (9), 950-968. DOI: 10.1108/IJRDM-04-2016-0054

- Martos-Partal, M., González-Benito. O., Fustinoni-Venturini, M. (2015). Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: Differences Across Quality Tiers, **Marketing Letters**, 26 (2), 187-200. DOI: 10.1007/s11002-013-9274-x
- González-Benito. O., Martos-Partal, M., San Martín. S. (2015). Brands As Substitutes For The Need For Touch In Online Shopping, **Journal of Retailing and Consumer Services**, 27, 121-125. DOI: 10.1016/j.jretconser.2015.07.015
- González-Benito. O., Martos-Partal, M., Fustinoni-Venturini, M. (2014) Retailers' Price Positioning and the Motivational Profiling of Store Brand Shoppers: The Case of Spain, **Psychology & Marketing**, 31 (2), 115-125. DOI: 10.1002/mar.20680
- Martos-Partal, M., González-Benito. O. (2013). Studying Motivations of Store-loyal Buyers across Alternative Measures of Behavioural Loyalty, **European Management Journal**, 31 (4), 348-358. DOI: 10.1016/j.emj.2013.01.010
- Lado, N., Martos-Partal, M., Martínez-Ros, E. (2012). The Power of a Package: Product Claims Drive Purchase Decisions. **Journal of Advertising Research**, 52, (3), 364-375. DOI: 10.2501/JAR-52-3-364-375
- González-Benito. O., Martos-Partal, M. (2012). Role of Retailer Positioning and Product Category on the Relationship Between Store Brand Consumption and Store Loyalty. **Journal of Retailing**, 88 (2), 236-249. DOI: 10.1016/j.jretai.2011.05.003
- Martos-Partal, M. y González-Benito. O. (2011). Store Brand and Store Loyalty: The Moderating Role of Store Brand Positioning. **Marketing Letters**, 22 (3), 297-313. DOI: 10.1007/s11002-010-9126-x

C.2. Proyectos

- Investigadora principal en el proyecto: "Tendencias y desafíos en la distribución comercial: optimizando estrategias, canales e interacciones", Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación; PID2023-146611NB-I00. Investigadores principales: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal (Universidad de Salamanca). Duración: 2024-2027. Cuantía: 70000 €.
- Investigadora principal en el proyecto: "Disrupciones en la relación fabricante-distribuidor: retos para el alineamiento en el canal", Ministerio de Ciencia e Innovación, Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación; PID2020-113469GB-I00. Investigadores principales: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal (Universidad de Salamanca). Duración: 2021-2024. Cuantía: 36360 €.
- Investigadora en el proyecto: "Acciones de mitigación del riesgo empresarial ante el impacto del COVID-19", Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León, SA106P20. Investigador principal: Javier González Benito. Duración: 2021-2023. Cuantía: 80000 €.
- Investigadora principal en el proyecto: "Tendencias en la Distribución Comercial Minorista: Sus Implicaciones en el Comportamiento de Compra", Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, ECO2017-82107-R. Investigadores principales: Óscar González Benito y Mercedes Martos Partal (Universidad de Salamanca). Duración: 2018-2021. Cuantía: 27830 €.
- Investigadora en el proyecto: "Identificación y Análisis de Modelos de Gestión Medioambiental Competitivos: Desarrollo Sostenible mediante la Alineación de Resultados Medioambientales y Económicos", Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León, SA027U16, Investigador principal: Javier González Benito (Universidad de Salamanca). Duración: 2016-2018. Cuantía: 40000 €.
- Investigadora en el proyecto: "Análisis de Innovaciones Clave en la Distribución Comercial Minorista: Sus Determinantes y Sus Consecuencias en los Hábitos de Compra", Ministerio de Economía y Competitividad, ECO2014-53060R. Investigadores principales: Óscar González Benito y Pablo Muñoz Gallego (Universidad de Salamanca). Duración: 2015-2017. Cuantía: 54450 €.
- Investigadora en el proyecto: "Marca de Distribuidor: Implicaciones Competitivas" Ministerio de Ciencia e Innovación, ECO2011-23381. Investigador principal: Óscar González Benito (Universidad de Salamanca). Duración: 2012-2014. Cuantía: 36000 €.
- Investigadora en el proyecto: "Estrategias de Marketing y Nuevos Productos: Impacto en el Valor de la Empresa" Ministerio de Ciencia e Innovación, ECO2011-27942. Investigadora principal: Nora Lado Cousté (Universidad Carlos III de Madrid). Duración: 2012-2014. Cuantía: 24750 €.

Investigadora en el proyecto: “Medición de la Eficiencia de las Prácticas de Marketing en la Creación de Valor de Marca y de Mercado” Ministerio de Educación y Ciencia, SEJ2007-65897. Investigadora principal: Nora Lado Cousté (Universidad Carlos III de Madrid). Duración: 2007-2011. Cuantía: €.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

“Contratación asistencia técnica para la definición de requisitos para la inclusión de actividades, emprendedores y empresas a la marca Tormes+ (LA 06-7 Marca Tormes+)”. Duración: 2022. Ayuntamiento de Salamanca. Investigador principal: Pablo Muñoz Gallego. Cuantía: 5600 €

Consortio TCUE 2016 (Convocatoria para el apoyo a la estrategia de transferencia de conocimiento de grupos de investigación de la Universidad de Salamanca), Digital Research Consortium, Duración: 2016. Fundación General Universidad de Salamanca. Investigador principal: Mercedes Martos Partal. Cuantía: 5000 €

“Marcas de distribución en el sector comercial español” financiado por la Dirección General de Política Comercial. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Duración: 2007. Investigador principal: Óscar González-Benito. Cuantía: 11600 €

“Estudio sobre la promoción aérea en el Aeropuerto de Maticán en Salamanca: Entorno Socioeconómico” financiado por SENASA. Ministerio de Fomento. Duración: 2007. Investigador principal: Óscar González-Benito. Cuantía: 29000 €

“Estudio de Mercado de la Escuela Digital de Postgrado” financiado por Grupo Santillana Formación, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Alicante y Universidad Carlos III de Madrid. Duración: 2001-2002. Investigador principal: Nora Lado Cousté. Cuantía: 38260 €

C.5 Premios

- Premio AEMARK al mejor artículo de investigación 2025 por el artículo publicado en Journal of Marketing en 2024
- Premio AEMARK al mejor artículo de investigación 2018 por el artículo publicado en Frontiers in Psychology en 2017.
- BEST STUDENT PAPER por la Food Marketing Research Symposium 2017 (Ph.D. Student Hidalgo-Baz, M. Directores: Mercedes Martos Partal y Óscar González Benito).
- PREMIO AECC A LA MEJOR TESIS EN COMERCIO. 2016 por la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC), (Ph.D. Álvaro Garrido Morgado, Directores: Mercedes Martos Partal y Óscar González Benito).
- Premio ASEDAS– AEMARK (2010) al artículo MARTOS-PARTAL, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. (2009) “¿Qué Busca el Comprador de Marcas de Distribuidor? Caracterización del Comprador por Beneficios Buscados. Universia Business Review, 24, 76-94.
- Premio Foro de Marcas Renombradas – AEMARK a la ponencia. MARTOS-PARTAL, M.; FUSTINONI, M. y GONZÁLEZ-BENITO, O. “Valor de Marca y Carteras de Marca de Distribuidor”, XXIII CONGRESO NACIONAL DE MARKETING, Castellón, Septiembre, 2011.

C.5 Participación en tareas de evaluación y supervisión

- Miembro del panel de expertos de la Agencia Nacional de Evaluación de Proyectos (ANEP).
- Revisora ad-hoc de múltiples revistas entre las que cabe destacar: Journal of Retailing, Marketing Letters, European Management Journal, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Product & Brand Management, Journal of Retailing and Consumer Service, entre otras.
- Participación en comités científicos; Congresos AEMARK desde 2007 hasta la fecha y de EMAC desde 2009, entre otros
- Tesis codirigidas: Mariana de Souza Fustinori (2012, Salamanca, premio extraordinario de doctorado), Álvaro Garrido Morgano (2014, Salamanca, premio extraordinario de doctorado y mención internacional), Maria Hidalgo Baz (2017, mención internacional), Samanta Pérez Santamaría (2020; mención internacional), Ángel López Jáuregui (UNED, 2021) y Manuel Alejandro Morales Serazzi (Salamanca, 2021)
- Miembro regular en comisiones de evaluación de profesorado