

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA	30/10/2025
----------------------	------------

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	CARLOS		
Apellidos	ORÚS SANCLEMENTE		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email		URL Web	https://bit.ly/3JKptss
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	F-2248-2019	0000-0002-8253-4713	

* *datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	18/04/2024		
Organismo/ Institución	Universidad de Zaragoza		
Departamento/ Centro	Dirección de Marketing e Investigación de Mercados / Facultad de Empresa y Gestión Pública		
País	España	Teléfono	620402338
Palabras clave	Comportamiento del consumidor, marketing online, multicanal, tecnologías inmersivas		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
Jun 2020 – Abr 2024	Profesor Titular de Universidad / Universidad de Zaragoza / España
Oct 2017 – Jun 2020	Profesor Contratado Doctor / Universidad de Zaragoza / España
May 2018	<i>Nacimiento de hija (1 mes)</i>
Oct 2012 – Sep 2017	Profesor Ayudante Doctor / Universidad de Zaragoza / España
Mar 2015	<i>Nacimiento de hija (15 días)</i>
May 2012 – Sep 2012	Investigador post-doctoral / Universidad de Zaragoza / España
Ene 2012 – Abr 2012	Investigador post-doctoral / Katholieke Universiteit Leuven / Bélgica

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Doctor en Economía y Gestión de las Organizaciones	Universidad de Zaragoza / España	2011
Máster Universitario en Economía y Gestión de las Organizaciones	Universidad de Zaragoza / España	2009
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (doble especialidad: marketing y finanzas)	Universidad de Zaragoza / España	2006

Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5.000 caracteres, incluyendo espacios):

Su **tesis doctoral** obtuvo seis **premios** nacionales e internacionales (p.ej., Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK, Asociación Española de Centros Comerciales, International Marketing Trends). Sus investigaciones han dado lugar a más de 60 publicaciones científicas, siendo co-autor de 25 artículos en revistas indexadas en el Journal Citation Reports, de las cuales 19 pertenecen al primer cuartil (Q1) en diversas áreas (p. ej. Business, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism, Education & Educational Research, Information Science & Library Science, Psychology, Multidisciplinary).

En cuanto a los **indicadores de calidad de su producción científica**:

*WoS: Publicaciones=32; Citas totales=2.254; Índice h=18

*Scopus: Publicaciones=33; Citas totales=3.146; Índice h=21

*Scholar Google: Publicaciones=95; Citas totales=6.370; Índice h=28; Índice i10=35

Uno de sus artículos publicados sobre tecnologías inmersivas en la experiencia del usuario fue catalogado como Hot Paper (0,1% de artículos más citados en WoS), es el segundo artículo más citado de la revista en 2019 (SCOPUS), y estuvo incluido dentro del [Shugan's Top 20 Marketing Meta-Journal](#). Además, es un autor altamente citado dentro de su área de conocimiento (percentil 94 en WoS), con 5 artículos catalogados como Highly Cited Papers (top 1% WoS). Sus investigaciones han permitido desarrollar 5 patentes.

Sus investigaciones han recibido varios **premios y distinciones**, entre ellos: mejor artículo publicado en Spanish Journal of Marketing-ESIC (2021), mejor artículo publicado en marketing AEMARK (2020), mejor póster en la "6th International AR&VR Conference" (2020), o mejor artículo en "9th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference" (2019), entre otros. Ha actuado como **revisor de revistas** revisadas por pares, con un registro actual de 136 revisiones en WoS, incluyendo 25 revistas indexadas en JCR. Actualmente, es **miembro del comité editorial** de tres revistas indexadas en WoS (Journal of Business Research, Q1 JCR; Service Industries Journal, Q1 JCR; Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, Q2 JCR), y es **co-editor invitado de dos números especiales** en revistas de alto impacto internacional (International Journal of Contemporary Hospitality Management, Q1 JCR; Journal of Business Research, Q1 JCR).

Ha participado en más de **100 congresos internacionales y seminarios** de investigación, formando parte del comité científico y participando como ponente, revisor y moderador de sesiones. Ha impartido seminarios de investigación y conferencias invitadas en universidades nacionales (U. Alicante, U. Autónoma Madrid) e internacionales (KU Leuven, HTW Berlin). Ha participado en **23 proyectos de investigación** en convocatorias competitivas de instituciones europeas (7 Programa Marco, Lifelong Learning Programme), nacionales (Agencia Estatal de Investigación, Ministerio de Ciencia e Innovación) y regionales (Gobierno de Aragón), siendo IP de proyecto de un proyecto para jóvenes investigadores de la Universidad de Zaragoza. También ha participado en **4 proyectos de transferencia** gestionados a través de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI). Ha colaborado en la **organización de actividades de I+D+i**, tales como Artificial Intelligence & Robotics in Service Interactions; Trends, Benefits & Challenges (AIRSI), International Conference on Corporate and Marketing Communications, o Positioning and Publishing: Strategies for Survival.

Ha **dirigido una tesis doctoral** (calificación "Cum Laude" por unanimidad, Doctorado Internacional) con publicaciones derivadas en revistas indexadas en Q1 del JCR, y ha recibido premios nacionales e internacionales. Actualmente codirige dos tesis doctorales. También ha dirigido cerca de 50 Trabajos Fin de Estudios, y ha contribuido a la **formación de jóvenes investigadores** actuando en el comité organizador del Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa de 2013 a 2017 (presidente en 2016 y 2017).

Ha sido **coordinador de proyectos de innovación docente**, basados en el uso de las TIC y en la **transferencia de conocimiento** de la universidad a la sociedad.

Ha sido **Vicedecano de Política Académica, Investigación y Calidad** en la Facultad de Empresa y Gestión Pública de Huesca (mayo 2023-mayo 2025). Desde mayo de 2025 ocupa el cargo de **Decano** de la facultad. Es miembro de la Junta Directiva de [AEMARK](#) (**vocal de transferencia**) y del Instituto Universitario de Investigación Mixto Agroalimentario de Aragón ([IA2](#)).

En cuanto a **actividades de divulgación**, participa y colabora en la organización de la [Noche Europea de los Investigadores e Investigadoras](#) desde 2022, ha realizado colaboraciones en medios de comunicación (p. ej. Diario del Altoaragón, Aragón Radio), es colaborador de la [Cátedra de Innovación Comercial](#) (Gobierno de Aragón y Universidad de Zaragoza), y participa en el [Hub Turístico de Huesca](#) (Cámara de Comercio), entre otras.

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones (selección artículos más relevantes relacionados con la temática del proyecto, indexados en revistas primer cuartil de SSCI JCR en los últimos 5 años).

Barta, S.; Ibáñez-Sánchez, S.; Orús, C.; Flavián, C. (2024). Avatar creation in the metaverse: A focus on event expectations. *Computers in Human Behavior*, 156, 108192.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108192> JCR 2023 IF: 9,0 (3/99- Q1 y D1, Psychology, Experimental). Citas Wos: 5.

Flavián, C.; Ibáñez-Sánchez, S.; Orús, C.; Barta, S. (2024). The dark side of the metaverse: The role of gamification in event virtualization, *International Journal of Information Management*, 102726. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102726> JCR 2023 IF: 20,1 (1/161- Q1 y D1, Information Science & Library Science). Citas Wos: 17.

Orús, C.; Ibáñez-Sánchez, S.; Flavián, C., (2021). Enhancing the customer experience with virtual and augmented reality: The impact of content and device type, *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103019. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103019> JCR 2021 IF: 10.427 (5/58-Q1 y D1, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas Wos: 95 (promedio 23,75).

Flavián, C.; Ibáñez-Sánchez, S.; Orús, C. (2021). The influence of scent on virtual reality experiences: The influence of scent on virtual reality experiences: The role of aroma-content congruence, *Journal of Business Research*, 123, 289-301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.036> JCR 2021 IF: 10.969 (17/154-Q1 y D1 por eigenfactor, Business). Citas Wos: 115 (promedio 28,75).

Flavián, C.; Ibáñez-Sánchez, S.; Orús, C. (2021). Impacts of technological embodiment through virtual reality on potential guests' emotions and engagement, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1770146> JCR 2021 IF: 9.821 (26/154-Q1, Business). Citas Wos: 141 (promedio 35,25).

Flavián, C.; Ibáñez-Sánchez, S.; Orús, C. (2019). Integrating virtual reality devices into the body: effects of technological embodiment on customer engagement and behavioral intentions toward the destination, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(7), 847-863. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1618781> JCR 2019 IF: 4.019 (11/56-Q1 Hospitality, Leisure, Sport & Tourism). Citas Wos: 112 (promedio 18,67).

Flavián, C.; Ibáñez-Sánchez, S.; Orús, C. (2019). The impact of virtual, augmented and mixed reality technologies on the customer experience. *Journal of Business Research*, 100, 547-560. JCR 2019 IF: 4.874 (29/152-Q1 y D1 eigenfactor, Business). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.050> Citas Wos: 603 (promedio 100,5).

C.2. Congresos. Selección de participaciones más relevantes en los últimos 5 años en congresos internacionales:

Presentación oral: "Together or alone? The impact of social presence on the user experience in the metaverse", XXXV Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Septiembre 2024, Cuenca.

Presentación oral: "The influence of VR on consumer's perception about local food and tasting experiences", 8th International XR – Metaverse Conference, Junio 2023, Las Vegas (**Premio mejor trabajo académico**).

Conferencia invitada: "La experiencia del cliente del turismo azul en el metaverso", II Encuentro Internacional de Conocimiento y Economía Azul, INNOVAZUL, Noviembre 2022, Cádiz.

Presentación oral: Ephemeral content? Exploring how AR branded face filters enhance perceptions and responses toward brands, 7th International XR Conference, Abril 2022, Lisboa.

Presentación oral: "Assessing the content-device combination in the promotion of hospitality through pre-experiences with virtual and augmented reality", EMAC 2021 Annual Conference, May 2021, Madrid.

Póster: “Exploring the role of technological embodiment in tourist pre-experiences with virtual reality”, 6th International AR&VR Conference, November 2020, online conference. (**Premio mejor póster**)

Presentación oral: “The role of embodied Virtual Reality technologies in users’ engagement and recommendation in the hospitality industry”, 9th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference, July 2019, Porstmouth (**Premio mejor artículo**)

C.3. Participación en proyectos de investigación en convocatorias públicas más relevantes en los últimos 10 años

Ref. y título: LMP51_21: El impacto de la realidad virtual. Realidad aumentada, y la inteligencia artificial en la generación de experiencias turísticas superiores, seguras y sostenibles.

Entidad financiadora: DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN

Investigador principal: Carlos Flavián

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 18/09/2021

Fecha fin: 30/04/2024

Cuantía: 33.890,20€

Ref. y título: PID2019-105468RB-I00: Impacto de las tecnologías inmersivas en los nuevos procesos de comunicación: claves para mejorar las experiencias de uso

Entidad financiadora: AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN

Investigador principal: Carlos Flavián, Luis V. Casaló

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 01/06/2020

Fecha fin: 31/05/2023

Cuantía: 38.720€

Ref. y título: LMP65_18: Retos y oportunidades de las plataformas digitales y tecnologías inmersivas en la promoción y desarrollo de experiencias integrales de turismo en Aragón.

Entidad financiadora: GOBIERNO DE ARAGÓN

Investigador principal: Carlos Flavián

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 01/10/2018

Fecha fin: 30/11/2020

Cuantía: 67.053,38€

Ref. y título: CO2016-76768-R: Neurociencia aplicada a las emociones del consumidor: una vía para mejorar la experiencia publicitaria y de compra online.

Entidad financiadora: MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

Investigador principal: Carlos Flavián

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 30/12/2016

Fecha fin: 29/12/2019

Cuantía: 22.990€

Ref. y título: UZ_MOD_B_SOC Análisis de las percepciones y comportamiento del usuario de internet mediante técnicas tradicionales y nuevas herramientas proporcionadas por la neurociencia

Entidad financiadora: UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Investigador principal: Carlos Flavián

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 21/11/2017

Fecha fin: 20/11/2021

Cuantía: 88.500€

Ref. y título: ECO2012-36031 el comportamiento del consumidor ante el canal físico y virtual: claves para la gestión del cliente multicanal.

Entidad financiadora: MINISTERIO DE ECONOMIA Y COMPETITIVIDAD

Investigador principal: Carlos Flavián

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 01/01/2013

Fecha fin: 30/09/2016

Cuantía: 21.645€

C.4. Participación en proyectos de transferencia de conocimiento y explotación de resultados (últimos 5 años)

Ref. y título: 2024/0605: Creación y promoción de la marca destino sostenible aragón.

Entidad financiadora: ASOCIACIÓN CLUSTER TURISMO SOSTENIBLE DE ARAGÓN

Investigador principal: Ana M^a Monclús

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 01/10/2024

Fecha fin: 28/02/2025

Cuantía: 3.438€

Ref. y título: 2023/0154: Estudio del impacto del sector de la nieve en Aragón.

Entidad financiadora: ARAMÓN MONTAÑAS DE ARAGÓN, S.A.

Investigador principal: Melania Mur

Tipo de participación: investigador

Fecha inicio: 01/01/2023

Fecha fin: 30/04/2023

Cuantía: 30.000€