

CURRÍCULUM ABREVIADO (CVA) – Extensión máxima: 5 PÁGINAS

**Parte A. DATOS PERSONALES**

Fecha del CVA

.4/11/2025

Nombre y apellidos	Luis Jose Callarisa Fiol	
DNI/NIE/pasaporte		Edad
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	Q-1609-2018
	Código Orcid	<a href="https://orcid.org/0000-0001-5710-225X">0000-0001-5710-225X</a>

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universitat Jaume I		
Dpto./Centro	Administracion Empresas y Marketing		
Dirección	Campus Riu Sec, Avda Sos Bayanat s/n		
Teléfono	Correo electrónico		
Categoría profesional	Titular de Universidad	Fecha inicio	12/12/2008
Espec. cód. UNESCO	531105 - Marketing		
Palabras clave	Empresa		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Valencia EG	1993
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Valencia EG	2004

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

3 sexenios de investigación y 1 de transferencia.

Supervisor de 8 tesis doctorales.

Citations: 1.625 (WOS) and 501 (Google Scholar).

8 publications in first quartile (Q1) of JCR.

h-index: 14 (WOS) and 18 (Google Scholar).

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

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

**C.1. Publicaciones**

- Artículo Científico:** Moliner-Tena, M.A.; Callarisa-Fiol, L.J.; Sánchez García. J.; Rodríguez-Artola, R.M. Service robots and memorable customer experience: The influence of perceived anthropomorphism. *FUTURE BUSINESS JOURNAL*, 11(1). 2025. DOI 10.1186/s43093-025-00502-0.
- Articulo científico:** Arenas-Gaitán, J., Ramírez-Correa, P.E., Ledesma-Chaves, P. et al. Medical teleconsultation from the patient's perspective. A demographic segmentation. *EUROPEAN JOURNAL OF HEALTH ECONOMICS*. 26, 1023–1039 (2025). <https://doi.org/10.1007/s10198-024-01753-4>.
- Articulo científico:** Miguel Ángel Moliner Tena; Rosa María Rodríguez Artola; Luis José Callarisa-Fiol; Mar Algueró-Boronat. Local Government Tourism Officer satisfaction with the Smart Destination model: A case study with the Kano method, *JOURNAL OF DESTINATION MARKETING & MANAGEMENT*, 34, 2024, 100951, ISSN 2212-571X, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100951>
- Articulo científico:** Moliner-Tena, M.A.; Callarisa-Fiol, L.J.; Sánchez García. J.; Rodríguez-Artola. Co-creation 5.0: The frontline employee-robot team and firms' outcomes. The Tin Woodman paradox, *JOURNAL OF INNOVATION & KNOWLEDGE* 9 (3), 2024.
- Articulo científico:** Luis José Callarisa-Fiol; Miguel Ángel Moliner Tena; Rosa María Rodríguez Artola; Javier Sánchez García. Entrepreneurship innovation using social robots in tourism: a social listening study. *REVIEW OF MANAGERIAL SCIENCE* 17 (8) , pp.2945-2971, 2023.
- Articulo científico:** Valentín Gallart-Camahort, Luis José Callarisa Fiol; Javier Sánchez García. Influence of the Internet on Retailer's Perceived Quality in the Generation of Retailer's Brand Equity. *VISION-THE JOURNAL OF BUSINESS PERSPECTIVE* 27 (1) , pp.33-47, 2023.
- Articulo científico:** Juan Carlos Fandos Roig; Javier Sánchez García; Sandra Tena Monferrer; Luis Jose Callarisa Fiol. Does CSR help to retain customers in a service company?. *SUSTAINABILITY*. 13, pp. 1 - 21. (Suiza): 2021: ISSN 2071-1050.
- Articulo científico:** Valentín Gallart-Camahort, Luis José Callarisa Fiol; Javier Sánchez García (2020): Retail Brand Management: A Literature Review, *ACADEMY OF MARKETING STUDIES JOURNAL*, 24(4), Print ISSN: 1095- 6298; Online ISSN: 1528-2678. (United States). Disponible en <https://www.abacademies.org/articles/retail-brand-management-a-literature-review-9513.html>
- Artículo científico:** Sandra Tena-Monferrer, Juan Carlos Fandos Roig; Javier Sánchez García; Luis

- José Callarisa-Fiol. Shopping motivation in consumer loyalty formation process: the case of Spanish retail. INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT 50 (1) , pp.100-116, 2022.
10. **Artículo científico:** Valentín Gallart-Camahort, Luis José Callarisa Fiol; Javier Sánchez García. The Impact of Customer Engagement on Retailer's Brand Equity Components. MARKETING AND MANAGEMENT OF INNOVATIONS (3), pp.127-138, 2021.
11. **Artículo científico.** María Magdalena Solis Radilla; Lucio Hernández Lobato; Luis Jose Callarisa Fiol; Hector Pastor Duran. The Importance of Sustainability in the Loyalty to a Tourist Destination through the Management of Expectations and Experiences. SUSTAINABILITY. 11, (Suiza): 2019.
12. **Artículo científico.** Yeamduan Narangajavana Kaosiri; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel Moliner Tena; Rosa María Rodríguez Artola; Javier Sánchez García. User-Generated content sources in social media: A new approach to explore tourist satisfaction. JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH. 58, pp. 253 - 265. (Estados Unidos de América): 2019.
13. **Libro/Capítulo de libro.** Valentín Gallart Camahort; Luis Jose Callarisa Fiol; Javier Sánchez García. Comercio detallista tradicional y comercio online: Estrategias de integración. Nuevos Horizontes del Marketing y de la Distribución Comercial. pp. 41 - 56. Oviedo (España): KRK ediciones, 2018. ISBN 9788483676226
14. **Artículo científico.** Yeamduan Narangajavana Kaosiri; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel Moliner Tena; Rosa María Rodríguez Artola; Javier Sánchez García. The influence of social media in creating expectations. An empirical study for a tourist destination. *Annals of Tourism Research*. 65, pp. 60 - 70. 2017.
15. **Libro/Capítulo de libro.** Vicente Tortosa Edo; Miguel Angel Moliner Tena; Jaume Llorens Monzonís; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol. Marketing interno: Cómo lograr el compromiso de los empleados. Madrid (España): Ediciones Pirámide, 2014. ISBN 9788436831573 Depósito legal: M.7300-2014
16. **Libro/Capítulo de libro.** Diego Monferrer Tirado; Marta Estrada Guillén; Juan Carlos Fandos Roig; Luis Jose Callarisa Fiol; Sandra Tena Monferrer; Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García. Dirección de Ventas Una Visión Integral. Madrid (España): Ediciones Pirámide, 2014. ISBN 9788436832299 Depósito legal: M. 19.931-2014
17. **Artículo científico.** Miguel Angel López Navarro; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel Moliner Tena. Long-Term Orientation and Commitment in Export Joint Ventures among Small and Medium-Sized Firms. JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT. 51, pp. 100 - 113. (EE.UU): 2013.
18. **Artículo científico.** Juan Carlos Fandos Roig; Marta Estrada Guillén; Diego Monferrer Tirado; Luis Jose Callarisa Fiol. Estudio del proceso de fidelización del consumidor final. REMARK. 12, pp. 108 - 127. (Brasil): 2013. ISSN 2177-5184
19. **Artículo científico.** Luis Jose Callarisa Fiol; Javier Sánchez García; Miguel Ángel Moliner Tena; Santiago Forgas Coll. La importancia de las comunidades virtuales para el análisis del valor de marca. El caso de tripadvisor en Hong Kong y Paris. PAPERS DE TURISME. pp. 89 - 115. (España): 2012. ISSN 2255-1638
20. **Artículo científico.** Santiago Forgas-Coll; Ramón Palau-Saumell; Javier Sánchez García; Luis Jose Callarisa Fiol. Urban destination loyalty drivers and cross-national moderator effects: The case of Barcelona. TOURISM MANAGEMENT. 33 (6), pp. 1309 - 1320. (Reino Unido), 2012.
21. **Artículo científico.** Luis Jose Callarisa Fiol; Javier Sánchez García; John Cardiff; Alexandra Roshchina. Harnessing social media platforms to measure customer-based hotel brand equity. TOURISM MANAGEMENT PERSPECTIVES. 4, pp. 73 - 79. (Holanda): 2012. ISSN 2211-9736
22. **Libro/Capítulo de libro.** Luis Jose Callarisa Fiol; Javier Sánchez García; Miguel Angel Moliner Tena; Rosa María Rodríguez Artola. La influencia de las comunidades virtuales en el valor de marca de los alojamientos turísticos. Una aproximación a través del análisis de Tripadvisor. Estrategias multicanal en el ámbito de la distribución: Fabricante y distribuidor preocupados por ofrecer nuevas experiencias de compra diferenciadas. Universidad de Oviedo KRK ediciones, 2012. ISBN 9788483673959
23. **Artículo científico.** Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García. Multidimensional perspective of perceived value in industrial clusters. JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING. 26, pp. 132 - 145. 2011. ISSN: 0885-8624
24. **Libro/Capítulo de libro.** Juan Carlos Fandos Roig; Javier Sánchez García; Miguel Angel Moliner Tena; Marta Estrada Guillén; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel López Navarro; Jaume Llorens Monzonís; Rosa María Rodríguez Artola; Susana Soria Rovira; Vicente Tortosa Edo. La fidelidad del turista de cruceros en un contexto económico de incertidumbre. Régimen del transporte en un entorno económico incierto. Madrid Marcial Pons, 2011. ISBN 9788497688659
25. **Libro/Capítulo de libro.** Javier Sánchez García; John Cardiff; Alexandra Roshchina; Luis Jose Callarisa Fiol. Análisis del valor de marca de las top 10 cadenas hoteleras en las top 10 ciudades a través de las comunidades virtuales. Estrategias Competitivas en Canales de Distribución Comercial Tradicional Versus On-Line. Universidad de Oviedo, KRK ediciones, 2011. ISBN 9788483673577
26. **Artículo científico.** Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Miguel Angel López Navarro. El efecto made in en la percepción de

- un producto industrial español en los mercados internacionales. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. 26, pp. 58 - 71. (España): 2010. ISSN 1698-5117
27. **Artículo científico.** Rosa María Rodríguez Artola; Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel López Navarro; Jaume Llorens Monzonís; Juan Carlos Fandos Roig. In Search of a Positioning for Spanish Tile. INTERCERAM. 58, pp. 145 - 149. (Alemania): 2009. ISSN 0020-5214
28. **Artículo científico** Jaume Llorens Monzonís; Miguel Angel Moliner Tena; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel López Navarro; Rosa María Rodríguez Artola; Juan Carlos Fandos Roig. Trade Fairs and the Ceramic Sector: a Challenge for the Future. INTERCERAM. 58, pp. 224 - 228. (Alemania): 2009. ISSN 0020-5214
29. **Artículo científico.** Luis Jose Callarisa Fiol; Enrique Bigné Alcañiz; Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García. Customer Loyalty in Clusters: Perceived Value and Satisfaction as Antecedents. JOURNAL OF BUSINESS-TO-BUSINESS MARKETING. 16, pp. 276 - 316. 2009. ISSN 1051-712X
30. **Artículo científico.** Jaume Llorens Monzonís; Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Luis Jose Callarisa Fiol; Miguel Angel López Navarro; Rosa María Rodríguez Artola; Juan Carlos Fandos Roig. Trade fairs and the ceramic sector. TILE TODAY. pp. 66 - 70. (Australia): 2008. ISSN 0000-1300
31. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Luis Jose Callarisa Fiol; Rosa María Rodríguez Artola. Relationship Quality: An Emerging Concept. The Case of an Establishment. CUADERNOS DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA. pp. 97 - 121. (España): 2008. ISSN 1138-5758
32. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol. La calidad de la relación con una agencia de viajes. ANNALS OF TOURISM RESEARCH EN ESPAÑOL. M. 09.91.2014. 195 - 199. (España): 2007. ISSN 1575-443X
33. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol. La calidad de la relación con una agencia de viajes. ANNALS OF TOURISM RESEARCH EN ESPAÑOL. 9, pp. 195 - 199. (España): 2007. ISSN 1575-443X
34. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol. Travel Agency Relationship Quality. ANNALS OF TOURISM RESEARCH. 34, pp. 537 - 540. 2007.
35. **Artículo científico.** Javier Sánchez García; Miguel Angel Moliner Tena; Luis Jose Callarisa Fiol; Rosa María Rodríguez Artola. Relationship Quality of an Establishment and Perceived Value of a Purchase. SERVICE INDUSTRIES JOURNAL. 27, pp. 151 - 174. (UK): 2007. ISSN 0264-2069
36. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol. Perceived relationship quality and post-purchae perceived value. EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING. 41, pp. 1392 - 1422. (UK): 2007.
37. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol. Relationship quality with a travel agency: The influence of the postpurchase perceived value of a tourism package. TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH. pp. 194 - 211. (Reino Unido): 2007. ISSN 1467-3584
38. **Artículo científico.** Javier Sánchez García; Luis Jose Callarisa Fiol; Rosa María Rodríguez Artola; Miguel Angel Moliner Tena. Perceived value of the purchase of a tourism product. TOURISM MANAGEMENT. pp. 394 - 409. (UK): 2006. ISSN 0261-5177
39. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Rosa María Rodríguez Artola; Luis Jose Callarisa Fiol; Javier Sánchez García. Dimensionalidad del valor percibido global de una compra. REV. ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING ESIC. pp. 135 - 157. (España): 2005. ISSN 1138-1442
40. **Libro/Capítulo de libro.** Diego López Olivares; Arturo Aparici Castillo; Mar Araz Serrano; Raul Burriel Calvet; Luis Jose Callarisa Fiol; Joan Feliu Franch; Vidal Fernández Montoro; Rosa María Grau Gumbau; María Jesús Muñoz Torres; Emilio M. Obiol Menero; Vicente Alberto Querol Vicente; Agustín Viguri Pereira. Diagnóstico y diseño de estrategias turísticas de carácter integrado de la región Norte de Nicaragua. El sistema turístico en Nicaragua: Desarrollo turístico integrado para la Región del Norte. Departamentos de Estelí y Nueva Segovia. CastellónUniversitat Jaume I, 2005. ISBN 8480214988
41. **Libro/Capítulo de libro.** Luis Jose Callarisa Fiol. Turismo y marketing: Nicaragua. El sistema turístico en Nicaragua: Desarrollo turístico integrado para la Región del Norte. Departamentos de Estelí y Nueva Segovia. CastellónUniversitat Jaume I, 2005. ISBN 8480214988
42. **Libro/Capítulo de libro.** Miguel Angel Moliner Tena; Javier Sánchez García; Luis Jose Callarisa Fiol; Rosa María Rodríguez Artola. La logística vía marítima del sector cerámico español. CastellónUniversitat Jaume I, 2004. ISBN 8480214600
43. **Artículo científico.** J.E. Bigne-Alcañiz; M. A. Moliner-Tena; L. J. Callarisa-Fiol. El valor y la fidelización de clientes: Una propuesta de modelo dinámico de comportamiento. REV. EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. pp. 65-78. (España): 2000. ISSN 1019-6838
44. **Artículo científico.** Miguel Angel Moliner Tena; Luis Jose Callarisa Fiol. El marketing relacional o

Superación del paradigma transaccional. REVISTA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA. 6, pp. 67 - 80. (España): 1997. ISSN 1019-6838

## C.2. Proyectos

Proyectos de I+D+i financiados en convocatorias competitivas de Administraciones o entidades públicas y privadas

1. **Aplicación de la realidad aumentada en el sector enoturístico: Consecuencias en la relación entre las bodegas de vino que aplican dicha Tecnología y los turistas (AR-ENOTOURISM).** Plan Estatal de I+D+i. 01/09/2025 - 31/08/2028. 91.000€
2. **El uso de robots sociales en el sector turístico: análisis de la percepción del cliente de hospitality.** Proyecto de Investigación del Pla Estatal d'I+D+i. 01/09/2021 - 31/08/2024. 53.554,6€.
3. **Análisis del uso de robots turísticos en la generación de experiencias turísticas en el ámbito del hospitality y su integración en el ámbito laboral de los empleados.** (Universitat Jaume I). 01/01/2022 - 31/12/2024. 20.000€
4. **Influencia de la sostenibilidad y la gastronomía de un destino Turístico en la evaluación de la experiencia del turista.** Conselleria d'Innovació, Universitats, Ciència. 01/01/2020 - 31/12/2021. 40.000€.
5. **El lugar de origen como eje central de una estrategia de posicionamiento: ¿tiene sentido hoy apelar al sentimiento etnocentrista?** (Universitat Jaume I). 01/01/2018-31/12/2019. 9.567 €.
6. **La confianza del consumidor respecto a la calidad de la relación y la orientación al mercado de las entidades financieras: los efectos de la crisis.** Plan Estatal de I+D+i 01/01/2014 - 30/06/2017. 29.887€
7. Nombre del proyecto: **Influencia del marketing en la lealtad del consumidor. Un enfoque conjunto desde la óptica de la empresa y el cliente basado en el sector bancario español** (Universitat Jaume I) 01/01/2014 - 31/12/2016. 20.692€
8. **La lealtad hacia la marca: antecedentes y consecuencias** (Universitat Jaume I) 10/12/2008 - 09/12/2011. 36.000€
9. **Country of Origin (Co) Effect: An International Comparative Analysis On Customer Buying Behaviour** Proyecto de Investigación Internacional. Università Degli Studi Di Modena E Reggio Emilia. 01/12/2008 - 01/12/2010
10. **On Customer Buying Behaviour.** Proyecto de Investigación Europeo Grado de contribución: Investigador/a Entidad de realización: Università Degli Studi Di Modena e Reggio Emilia Entidad/es financiadora/s: Dip. di Economia Aziendale Cód. según financiadora: D.E.A. 22/11/2010 - 26/11/2010
11. **La orientación al mercado interno (O.M.I.) y su influencia en la calidad del servicio sanitario.** Generalitat Valenciana. Conselleria de Sanitat. 01/01/2007 - 31/12/2007. 5.026€
12. **La reputación y la confianza en las empresas navieras: un análisis de su relevancia en la decisión de utilizar el short sea shipping por parte de las empresas de transporte internacional por carretera.** Generalitat Valenciana. Direcció General D'investigació i Tecnologica. 01/01/2006 - 31/12/2007. 19.195€
13. **La incidencia de las características de los socios y la estructura de gobierno sobre los resultados de las alianzas horizontales de marketing** (Universitat Jaume I) 01/12/2005 - 30/11/2007. 14.200€
14. **Valor, satisfacción y eficiencia en los servicios sanitarios** (Universitat Jaume I) 01/12/2003 - 30/11/2005. 25.330€
15. **La teoría del valor como base de la competitividad de la empresa. un estudio comparativo del sector industrial y del sector servicios de la comunidad valenciana (1ª anualidad).** (Generalitat Valenciana, Conselleria de Cultura Educació i Ciencia) 01/01/2001 - 01/01/2003. 18.150,56€
16. **Valor, satisfacción y felicidad de clientes: análisis competitivo de los sectores estratégicos de la Comunidad Valenciana** Plan Estatal de I+D+i. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte 01/09/1998 - 01/09/2000. 22.898,56€
17. **Biremark: base de datos bibliográfica multimedia de investigación de marketing en España** (Universitat Jaume I, Fundación Bancaja) 01/10/1997 - 30/09/1998. 12.170,5€
18. **Orientación de la empresa al mercado. Base para la mejora de la competitividad de los sectores estratégicos de la comunidad autónoma valenciana** (Universitat Jaume I-Fundación Bancaja) 01/11/1995 - 02/11/1997. 15.626,31€
19. **La calidad del servicio público: un estudio empírico de la realidad castellonense. Una aproximación al caso español** (UJI-Fundación Bancaja) 01/01/1995- 02/01/1996. 7.993,46€

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

1. **Plan de Turismo Gastronómico de Burriana.** Ajuntament de Burriana. 23/10/2024-23/01/2025. 1.500€
2. **Elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Castellón de La Plana.** Patronat Municipal de Turisme. 12/04/2024-12/01/2025. 12.000€.
3. **Servicio de redacción del Plan Estratégico de Turismo de Vilafamés 2024-2027.** Contrato de

- asesoramiento. Ajuntament de Vilafamés. 17/05/2023-31/12/2023. 6.000€.
4. **"Proyecto gamificación turística de Hornachuelos"** para la empresa **Futura Vive Technologies S.L. del Grupo ADD ROBOTS**. Contrato de asesoramiento. FUTURA VIVE TECHNOLOGIES, S.L. 23/12/2022-23/01/2023. 3.000€.
  5. **Elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Cervera del Maestre 2023-2026**. Ajuntament de Cervera del Maestre. 10/11/2022 – 10/11/2023.
  6. **Redacción del Plan Estratégico de Turismo de Altura** (2023-2026). Ayuntamiento de Altura. 17/03/2022 – 17/03/2023. 4.958,68€
  7. **Redacción del Plan Estratégico de Turismo de Sant Mateu** (2023-2026). Ayuntamiento de Sant Mateu. 20/12/2021 – 17/03/2023. 4.958,68€
  8. **Estudio de preferencias de compra del profesional de la reforma en España**. Contrato de asesoramiento. Instituto de Tecnología Cerámica-AICE 01/10/2019-31/12/2019. 6.000€
  9. **Establecer las condiciones de colaboración entre el SERVEF y la UJI para el diseño, desarrollo técnico, el seguimiento, la coordinación y la comunicación del laboratorio territorial del empleo, mediante la aplicación de una metodología multidisciplinar, dentro del plan "Avalem Territori"**. Convenio de colaboración con SERVEF-Servei Valencià d'Ocupació i Formació. Fecha de inicio: 28/02/2019 Duración: 10 meses - 4 días. 50.000€
  10. **Valoración de recursos y calificación de los profesionales del sector**. Convenio de colaboración con Agència Valenciana del Turisme. Fecha inicio 29/05/2018 Duración: 6 meses - 16 días. 38.000€
  11. **Generación de dinámicas turísticas costa - interior en el entorno del Aeropuerto de Castellón**. Convenio de colaboración con Agència Valenciana del Turisme. Fecha de inicio: 30/06/2017 Duración: 5 meses - 15 días. 17.500€
  12. **Elaboración de un plan estratégico de turismo para la ciudad de Castellón de la Plana**. Contrato de asesoramiento con Patronato Municipal de Turisme de Castellón. Fecha de inicio: 24/10/2016 Duración: 1 mes - 21 días. 14.190€
  13. **Contrato menor para la realización de los trabajos de redacción del plan estratégico de turismo del municipio de Alcalá de Xivert-Alcossebre**. Contrato de asesoramiento con Ajuntament Alcalà de Xivert. Fecha de inicio: 03/10/2016 Duración: 3 meses. 10.000€
  14. **Redacción del plan estratégico de turismo de Onda: análisis, diagnóstico y prognosis**. Contrato de Apoyo Tecnológico con Ajuntament d'Onda Fecha de inicio: 19/07/2016 Duración: 4 meses. 12.650€
  15. **Fomento de la investigación e innovación en el sector turístico valenciano. Análisis, diagnóstico y prognosis del turismo en los municipios del entorno el aeropuerto de Castellón**. Convenio de colaboración con Agència Valenciana del Turisme Fecha de inicio: 07/06/2016 Duración: 6 meses - 9 días. 19.487,3€
  16. **Contrato entre la Autoridad Portuaria de Castellón, la UJI y la FUE para el asesoramiento y asistencia técnica en la actualización de la base de datos del sistema de información de mercados**. Contrato de asesoramiento. 01/01/2011-31/12/2011. 12.000€
  17. **Diagnóstico de las empresas del mueble del Baix Maestrat, plan estratégico y plan de acción**. Contrato de asesoramientoFecha de inicio: 01/09/2009 Duración: 4 meses. 70.000€
  18. **Plan de formación de la Policía Local del Ayuntamiento de Castellón** (lote nº 3, 4 Y 7). Contrato de asesoramiento. 17/06/2008-17/05/2009. 18.905€
  19. **Desarrollo del plan de marketing de la Autoridad Portuaria de Castellón en el bienio 2009-2010**. Contrato de asesoramiento. Fecha de inicio: 01/05/2008 Duración: 8 meses. 9.000€
  20. **Analisis del sector del tercer fuego con el fin de identificar oportunidades**. Contrato de asesoramiento. Fecha de inicio: 01/02/2008 Duración: 5 meses. Cuantía total: 9.000
  21. **Estudio de evaluación del impacto de Port Castellón en su comarca de influencia**. Contrato de asesoramiento. 12/12/2007-12/01/2007. 3.448,25€
  22. **Ánalysis, investigación y desarrollo de los procesos de comercialización de los productos cerámicos**. Contrato de investigación. Fecha de inicio: 31/10/2003 Duración: 5 meses: 30.000€
  23. **Estudio de la mejora de los procesos de comercialización de productos cerámicos**. (s/Ref.: 203122172 - Ceracasa). Contrato de investigación. 31/10/2003-31/10/2004. 9.357€