

**CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)**

**IMPORTANTE:** el currículum vitae no puede superar las 4 páginas. Las instrucciones para rellenar este documento están disponibles en el sitio web.

**Parte A. INFORMACIÓN PERSONAL**

Nombre	Del Barrio García		
Apellidos	Salvador		
Género (*)	████████	Fecha de nacimiento (dd/mm/aaaa)	████████
Correo electrónico	████████████████	URL Web: <a href="https://grupoademar.com/equipo/salvador-del-barrio-garcia/">https://grupoademar.com/equipo/salvador-del-barrio-garcia/</a>	
Identificador de investigador y colaborador abierto (ORCID) (*)	0000-0002-6144-0240		

(\*) Obligatorio

**A.1. Cargo actual**

Cargo	Catedrático de Universidad		
Fecha de inicio	20/12/2019		
Institución	Universidad de Granada		
Departamento/Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
País	España	Número de teléfono	
Palabras clave	Comunicación de marketing integrada, comportamiento del consumidor online, marketing turístico, neurociencia del consumidor, marketing crosscultural		

**A.2. Puestos anteriores (interrupciones de la actividad investigadora, indicar el total de meses)**

Periodo	Puesto/Institución/País/Causa de la interrupción
2000 - 2019	Profesor Titular de Universidad
1994 - 2000	Profesor Asociado

**A.3. Educación**

Doctorado, Licenciado, Graduado	Universidad/País	A
Doctorado en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	1999
Licenciatura en Economía y Administración de Empresas	Universidad de Granada	1994

(Incluya todas las filas necesarias)

**Parte B. RESUMEN DEL CV (máximo 5000 caracteres, incluyendo espacios)**

El profesor Del Barrio lleva 30 años dedicándose a la docencia y la investigación en la Universidad de Granada. Durante este tiempo, ha dirigido 8 tesis doctorales, 25 tesis de máster y 4 tesis de Máster de Estudios Avanzados. Fue profesor visitante en la McCombs School of Business de la Universidad de Texas en Austin (EE. UU.) de mayo a agosto de 2016 y profesor visitante en la Burgundy School of Business (Francia) durante nueve años (1999-2008).

Hasta la fecha, ha publicado más de 70 artículos científicos indexados en WoS y SCOPUS. En los últimos años, sus trabajos han sido publicados en posiciones relevantes (1er decil, Q1 y Q2) en revistas JCR (principalmente en los campos de Comportamiento del Consumidor, Gestión Hotelera y Turística y Comunicación de Marketing), entre las que se incluyen Journal

of Interactive Marketing, Journal of Business Research, Computers in Human Behavior, Tourism Management, Journal of Travel Research, International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Journal of Destination Marketing & Management, International Journal of Advertising y Journal of Advertising Research, entre otras. En los últimos años, el profesor Del Barrio ha publicado 21 artículos científicos en revistas de gran impacto (primer decil y Q1).

Ha escrito 10 libros y 21 capítulos de libros publicados por prestigiosas editoriales internacionales como Springer, Wiley, Edward Elgar Publishing, IGI-Global y Pearson. También ha editado un libro internacional publicado por IGI-Global.

Ha participado en más de 100 congresos científicos, de los cuales más de 60 fueron internacionales. Ha recibido 9 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales, siendo el más reciente el premio AEMARK 2023 a la mejor tesis doctoral en Marketing como director. Ha participado como investigador en 15 proyectos de investigación, 13 de los cuales fueron resultado de convocatorias abiertas competitivas (proyectos de la Comisión Europea, proyectos del Plan Nacional de I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y proyectos concedidos por el Campus de Excelencia Internacional CEI BioTic). Ha sido investigador principal de 4 proyectos de investigación competitivos, gestionando un total de 200.000 euros. También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como investigador principal y colaborador en más de 30 contratos de investigación con un valor total de más de 600.000 euros.

#### Indicadores bibliométricos:

- Total de publicaciones (Web of Science): 62
- Total citas (Web of Science): 1310
- Media de citas por artículo (Web of Science): 21,13
- Total de publicaciones (SCOPUS): 71
- Suma de citas (SCOPUS): 1706
- Suma de citas (Google Scholar): 4891
- Índice H (Google Scholar): 38
- Sexenios de investigación CNEAI: 4
- Sexenios de transferencia CNEAI: 1
- Tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 8

### Parte C. MÉRITOS RELEVANTES

#### C.1. Publicaciones (*artículos seleccionados*)

1. Luque-Raya, I., Del Barrio-García, S., Cordón, O. (2025). The Social Dimension of Consumer-AI Interaction: Alienation, Anthropomorphism, and Identity in AI-Mediated Marketing. *Behaviour & Information Technology* (IF JCR 2024: 3.1 Q2 – CiteScore 2024: 8.6 – 97th).
2. García-Carrión, B., Del Barrio-García, S., Muñoz-Leiva, F., Porcu, L. (2025). Exploring destination positioning and message congruence in tourism management: An eye-tracking and fMRI study. *Tourism Management*, 108(June), 105111 (IF JCR 2023: 10.9 1<sup>st</sup> Decil).
3. Luque-Martínez, T., Kamakura, W. A., & Del Barrio-García, S. (2024). How social and economic conditions impact socioeconomic mobility. The case of Spain. *Research in Social Stratification and Mobility*, June, 100931 (IF JCR 2023: 2.7 Q1).
4. García-Carrión, B., Muñoz-Leiva, F., Del Barrio-García, S., Porcu, L. (2024). The effect of online message congruence, destination-positioning, and emojis on users' cognitive effort and affective evaluation. *Journal of Destination Marketing and Management*, 31(March), 100842 (IF JCR 2023: 8.9 1<sup>st</sup> Decil).
5. García-Carrión, B., Del Barrio-García, S., Muñoz-Leiva, F., Porcu, L. (2023). Effect of social-media message congruence and generational cohort on visual attention and information-processing in culinary tourism: An eye-tracking study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 78-90 (IF JCR 2023: 7.6 Q1). Best Marketing Article Award (AEMARK, September 2022).

6. Rojas-Lamorena, A., Del Barrio-García, S., & Alcántara-Pilar, J.M. (2022). A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling. *Journal of Business Research*, 139(February), 1067-1083 (IF JCR 2022: 11.3 1<sup>st</sup> Decil).
7. Frías-Jamilena, D.M., Rodríguez-Molina, M.A., Del Barrio-García, S., & Castañeda-García, J.A. (2020). The effect of message consistency and destination-positioning brand-strategy type on consumer-based destination brand equity. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1447-1463 (IF JCR 2020: 10.982 1<sup>st</sup> Decil).
8. Porcu, L., Del Barrio-García, S., Kitchen, P., & Tourky, M (2020). The antecedent role of a collaborative vs. a controlling corporate culture on firm-wide integrated marketing communication and brand performance. *Journal of Business Research*, 119 (October), 435-443 (IF JCR 2020: 7.550 Q1).
9. Rodríguez-López, M.E., Alcántara-Pilar, J.M., Del Barrio-García, S., and Muñoz-Leiva, F (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387 (IF JCR 2020: 9.237 1<sup>st</sup> Decil).
10. Rodríguez-López, M.E., Del Barrio-García, S., Alcántara-Pilar, J.M. (2020). Formation of customer-based brand equity via authenticity: the mediating role of satisfaction and the moderating role of restaurant type. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 815-834 (IF JCR 2020: 6.514 Q1).
11. Porcu, L., Del Barrio-García, S., Alcántara-Pilar, J.M., & Crespo-Almendros, E. (2019). Analyzing the Influence of Firm-Wide Integrated Marketing Communications on Market Performance in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89(July), 13-24. (IF JCR 2019: 6.701 1<sup>st</sup> Decil).
12. Del Barrio-García, S., Kamakura, W.A., & Luque-Martínez, T. (2019). A longitudinal cross-product analysis of media-budget allocations: How economic and technological disruptions affected media choices across industries. *Journal of Interactive Marketing*, 45(February), 1-15. (IF JCR 2019: 5.097 Q1). Best Marketing Article Award (AEMARK, September 2020).

## C.2. Congresos (artículos seleccionados)

1. “Formación de la opinión pública y expresión del sentimiento en la era de las redes sociales y la inteligencia artificial. Una revisión de la literatura” with Ignacio Luque Raya. Presented at XXXIV International Marketing Congress (AEMARK 2023), 6-8 September (Madrid, España).
2. “Entendiendo la formación del brand equity en el restaurante. El papel antecedente de la autenticidad percibida y la actitud, y el papel moderador del tipo de restaurante y la indulgencia del cliente” with Eugenia Rodríguez López and Juan Miguel Alcántara-Pilar. Presented at XXXVII AEDEM Annual Meeting - Resilience and Sustainability: The New Business Reality, 31 mayo – 2 junio 2023 (Vigo, España).
3. “Antecedentes de la Co-Creación de Valor en comunidades virtuales de ecoturismo: Gamificación, Participación” with Laura Hernández-López and M Belén Prados-Peña. Presented at TMS Algarve 2022. Sustainability Challenges in Tourism, Hospitality and Management, 16-18 November 2022 (Faro, Portugal).
4. “Análisis de la actividad neuronal de los usuarios hacia los mensajes de Facebook: el efecto de la congruencia y del tipo de contenido” with Beatriz García-Carrión, Francisco Muñoz-Leiva and Lucia Porcu. Presented at XXXIII International Marketing Congress (AEMARK 2022), Septiembre 2022 (Valencia, Spain).
5. “Analysing the processing of congruence generated between DMO and e-WOM using emojis. A neuroscientific approach” with Beatriz García-Carrión, Francisco Muñoz-Leiva and Lucia Porcu. Presented at 20th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Prague (Czech Republic), June 2022.
6. “Looking into the role of message congruency in how the information in DMO and tourist generated contents is processed” with Beatriz García-Carrión, Francisco Muñoz-Leiva and Lucia Porcu. Presented at 26th Corporate and Marketing Communications Conference (CMC2022), Nicosia (Cyprus), April, 2022.

7. “El proceso de integración de mensajes procedentes de los DMO y del EWOM en turismo gastronómico. Un estudio mediante eye tracking” with Beatriz García-Carrión, Francisco Muñoz-Leiva and Lucia Porcu. Presented at XXXII Spanish Marketing Congress (AEMARK 2021), Septiembre 2021 (Baeza, Spain).
8. “Examining the Integrated Marketing Communication research corpus: a co-word analysis approach” with Lucia Porcu and Francisco Muñoz-Leiva. Presented at 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications (CMC2020), April 2021 (Granada, Spain).
9. “Detección de los temas más destacados en la investigación sobre restaurantes. Un enfoque longitudinal con co-word analysis” with M<sup>a</sup> Eugenia Rodríguez-López, Juan Miguel Álcantara-Pilar and Francisco Muñoz-Leiva. Presented at XXXI Spanish Marketing Congress (AEMARK 2019), September 2019, (Cáceres, Spain).
10. “Análisis de la formación del capital de marca de las series de televisión. Un análisis crosscultural” with Álvaro J. Rojas-Lamorena and Juan Miguel Álcantara-Pilar. Presented at XXIX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, February 2019 (Osuna, Spain). Best Paper Award

### C.3. Proyectos de investigación.

- “Nueva generación, nuevos comportamientos: análisis del comportamiento de la generación de la digitalización y de la inteligencia artificial”. Funding entity: Agencia Estatal de Investigación (Ministerio de Ciencia, Investigación y Universidades). Funds: 96.875 euros. Ref.: PID2024-159497OB-100. Project period: September 2025 – September 2028. Lead Researcher: Salvador del Barrio García and Teodoro Luque Martínez.
- “Contribución de la comunicación integrada y la autenticidad basada en la identidad territorial al posicionamiento de la marca turística de Andalucía”. Funding entity: [Projects of Excellence of the Regional Government of Andalusia] Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades (Junta de Andalucía). Funds: 37350 euros. Ref.: P20\_01021. Project period: 07/2021 – 06/2023. Lead Researcher: Salvador del Barrio García.
- “Aplicación de la Neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural”. Funding entity: Agencia Estatal de Investigación. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad [Spanish National R&D]. Funds: 37510 euros. Ref.: ECO2017-88458-R. Project period: 01/01/2018- 01/01/2022. Lead Researcher: Salvador del Barrio García and Francisco Muñoz Leiva.
- “Estrategias de Comunicación en Redes Sociales Virtuales para el Sector Hotelero en Andalucía. Una Perspectiva Cross-Cultural”. Ref.: P12-SEJ-2592. Funding entity: [Projects of Excellence of the Regional Government of Andalusia] Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Project period: 30/01/2014 - 30/07/2018. Funds: 36775 euros. Lead Researcher: Salvador del Barrio García
- “Efectos de la Implantación de la Comunicación Integrada de Marketing en la Imagen de las Organizaciones y en la Respuesta del Consumidor desde una Perspectiva de Neuromarketing”. Ref.: 20F12/43. Funding entity: [Campus of International Excellence CEI BioTic]. Project period: 01/04/2012 - 31/12/2012. Funds: 30000 euros. Lead Researcher: Salvador del Barrio García