

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	20-12-2026
----------------------	------------

Nombre y apellidos	Natalia Vila Lopez		
DNI/NIE/pasaporte	xxxxx	Edad	xxxxx
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	SCOPUS: 56548872300 WOS: C-9999-2017	
	Código Orcid	orcid.org/0000-0001-9438-3337	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad De Valencia		
Dpto./Centro	Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Avenida de los Naranjos s/n (46022)		
Teléfono	963828312	correo electrónico	Natalia.Vila@uv.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	Octubre-2010
Espec. cód. UNESCO	531105 Marketing (Comercialización)		
Palabras clave	Marketing		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura Ciencias Económicas y Empresariales.	Universidad de Valencia	1994
Ciencias Económicas y Empresariales.	Universidad de Valencia	1999

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

Sexenios: 4 sexenios, el último concedido en mayo de 2021 (para el periodo 2015-2020).

Tesis dirigidas en los últimos diez años: 16 (co-dirigidas)

- Research Gate H-index: 28 index (Research Gate). Researchgate Cites: 3158 Reads: 119.745
- Google Scholar: H index: 36 (24 since 2021); Hi10 index: 101 (64 since 2021). Google Scholar Cites: 5787 (2555 since 2021)
- Scopus H index: 22- Citations 1,721. Documents: 117
- WoS H index (Publons): H index: 17. Citing Articles: 871 (publications 121 en WoS, non-indexed 77)
- Artículos JCR Q1: **31** (29 desde 2015 a 2025)

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

LINEAS DE INVESTIGACIÓN: Marketing estratégico, internacional, comunicación y marca.

ARTÍCULOS: 43 artículos nacionales (7 de ellos publicados desde 2015) y 134 artículos internacionales (96 de ellos desde 2015).

PROYECTOS: 29 proyectos, 18 de ellos realizados a partir de 2010; y 10 acuerdos con empresas (9 como codirectora). Destacados: (i) Coinvestigadora principal en el proyecto “Understanding of Eating Sustainably - HORIZON-CL6-2023-COMMUNITIES-01-06: Inclusive and smart ways to communicate sustainability of food Research and Innovation Action (2024-2028) (ii) Coinvestigador principal en el proyecto «Alimentos bajos en grasa y jóvenes. ¿Cómo mejorar su comercialización?». Ministerio de Economía y Competitividad. Programa de I+D+i CSO2013-42524-R (2014-2016); (iii) Coinvestigador principal en el proyecto «El deporte en la construcción de marca país: el turista y el residente (SPORTBRAND)». Consellería de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital, AICO 2022 CIAICO/2021/062 (2022-2024). (iv) Colaborador en el proyecto (“Social inclusion marketing Project (SIM project)”. Erasmus+ Programme PT01. 2019-1-PT01-KA204-060716: under the I.P. Agência Nacional

Erasmus+ Educação e Formação Associação De Paralisia Cerebral De Coimbra Ipss (2019-2021) (vii) colaborador Lab Food Science Laboratory (2019-2022);

TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS: se han co-dirigido 16 tesis doctorales (10 de ellas a partir de 2015), y se ha participado en el tribunal de 30 tesis doctorales.

BECAS-PRE DOCTORALES CO-DIRIGAS: 4: (i) Becas “Turismo de España” de estudio, investigación y práctica profesional en materia turística para españoles y extranjeros. Secretaría de Estado de Turismo y Comercio” (2008); (II) beca del programa “Contratos pre-doctorales para la formación de doctores Vali+d de la Consellería de Educación” (2014-2016); (iii) contrato de investigador no doctor con cargo a the European Horizon project-CUES (2024-2026) (iv) beca del programa de Atracció del Talent (2026-2030), Universidad de Valencia

BECA-POSTDOCTORAL: (i) beca Margarita Salas contrato post-doctoral para la formación de jóvenes doctores. Ministerio de Universidades.

Adicionalmente, se han co-dirigido 11 estancias de investigación de 8 profesores en formación procedentes de Plymouth University ATT, Universidad Nacional de Colombia, Universidad de Aguascalientes, Universidad de Ecuador y Universidad de Zaragoza

LIBROS y CAPÍTULOS DE LIBROS: 7 libros en co-autoría (4 de ellos posteriores a 2015), 21 capítulos en libros con orientación investigadora (18 de ellos a partir de 2015); y 12 capítulos libros orientación docente (8 de ellos a partir de 2015).

CONGRESOS: 46 congresos nacionales (10 de ellos a partir de 2015) y 125 internacionales (89 de ellos desde 2015).

REVISOR ANONIMO: 60 revistas internacionales (41 de ellas JCR) y de 12 revistas nacionales (2 de ellas JCR).

INVESTIGACIÓN-GESTIÓN-EVALUACIÓN la solicitante destaca, entre otros en: (i) nombramiento como experta del Ministerio de Ciencia e Innovación. Subdelegación Proyectos de Investigación (área de Economía). Años 2010 y 2011, (ii) nombramiento como experta ANECA programa ACREDITA. Vocal de panel en 2014 y presidenta de panel en 2015-2018-2019-2020; (iii) nombramiento como experta en ACCUEE (Agencia Canaria de Calidad Universitaria y Evaluación Educativa) programa ACREDITA. Presidenta de panel en 2019. (iv) nombramiento como evaluadora externa Vicerrectorado de Investigación de la U. Zaragoza para la resolución de becas Ramón y Cajal y de plazas de Personal Investigador en Formación (2013-2017-2019).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones mas relevantes desde 2015

1. Grijalbo, B.; Vila-López, N. y Kuster, I. (2026): Young Consumers. **(JCR-Q1)**. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2025-2628>
2. Soto, R.; Vila, N. y Küster, I. (2026): “Why do YouTubers have so many followers? A fuzzy QCA analysis”, *Journal of Marketing Communications*. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13527266.2026.2632726>. **(JCR-Q1)**.
3. Carmichaelt, T. y Vila N. (2026): "Online Engagement in the Sports Industry: Leagues, Athletes, and Sponsoring Brands". *Communication & Sports*, 14(1). 29-58. **(JCR-Q1)**. DOI: 10.1177/21674795251327308
4. Küster, I.; Mora, E.; Vila, y Casanoves, J. (2026): "Game changers: unraveling the impact of sports club image and attachment on destination branding and tourist loyalty" *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 9 (2), 477-495 **(JCR-Q1)**. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2025-0595> Data DOI: 10.5281/zenodo.10723259 (<https://zenodo.org/records/10723259>)
5. Carmichaelt, T. y Vila N. (2026): "Online Engagement in the Sports Industry: Leagues, Athletes, and Sponsoring Brands". *Communication & Sports*, 14(1). 29-58. **(JCR-Q1)**. DOI: 10.1177/21674795251327308
6. Küster, I.; Mora, E.; Vila, y Casanoves, J. (2026): "Game changers: unraveling the impact of sports club image and attachment on destination branding and tourist loyalty" *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 9 (2), 477-**(JCR-Q1)**. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2025-0595> Data DOI: 10.5281/zenodo.10723259 (<https://zenodo.org/records/10723259>)

7. Geldres-Weiss, S; Küster-Boluda, I. y Natalia Vila-Lopez, N. (2025): “Emojis analysis at international trade shows in five countries: ex and post covid-19”. *Spanish Journal of Marketing*, 30(1), 99-119 **(JCR-Q1)**. DOI: <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2024-0122> Data DOI: 10.5281/zenodo.10963895 (<https://zenodo.org/records/10963895>)
8. Ying Ong, Sharon X. and Vila-Lopez, N. (2024): “Brand Hate in the Cosmetic Industry: Drugstore versus Luxury Makeup Brands”. *Young Consumers*, 15(1), 109-127. **SSCI (JCR-Q1)**. DOI. 10.1108/yc-10-2022-1624
9. Sarabia, F.; Küster-Boluda, I.; Vila-López, Sarabia, F. (2024). “Belonging and Beliefs: How Social Influences Drive the Intention to Purchase Foods with Health Claims”. *European Journal of Management and Business Economics*. **(JCR-Q1)**. Doi: 10.1108/EJMBE-06-2024-0192 Data DOI: 10.5281/zenodo.14259065 (<https://zenodo.org/records/14259065>)
10. Vila-López, N.; Küster-Boluda, I.; Mora-Sánchez, E. y Sarabia-Sánchez, F. (2024-2025): “The role of sports on destination branding: a bibliometric study”. *Journal of Vacation (JCR-Q1)*. DOI: <https://doi.org/10.1177/135676672412728>. Data DOI: 10.5281/zenodo.14269381 (<https://zenodo.org/records/14269381>)
11. Grijalbo, B.; Küster, I. y Vila, N. (2025): “Adopting sustainable attitudes and behaviors in spanish universities: a study of moderating effects of education and age”, *International Journal of Sustainability in Higher Education(JCR-Q1)*. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJSHE-01-2025-0019>
12. Vila-Lopez, N. y Kuster-Boluda, I. (2024): “Data mining to reposition a religious tourist destination in COVID-19”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(2), 457-477 **SSCI (JCR-Q1)**. DOI:10.1108/ijchm-03-2022-0390. Data DOI: 10.5281/zenodo.10218555 (<https://zenodo.org/records/10218555>)
13. Vila-López, N. y Küster-Boluda, I. (2024): “Opinion leaders on sporting events for country branding”. *Journal of Vacation Marketing(JCR-Q1)*. DOI: 10.1177/13567667241227640 Data DOI: 10.5281/zenodo.10723259
14. Vila-López, N.; Riquelme-Pascual, I.; Küster-Boluda, I.; Aragonés-Jericó, C. (2024): Sports Icons in Nation Branding The Interplay of Motivations, Culture and Country Attachment. *Journal of ospitality and Tourism Management (JCR-Q1)*. Vila-López, N.; Küster-Boluda, I.; Mora-Sánchez, E. y Sarabia-Sánchez, F. (2024): “The role of sports on destination branding: a bibliometric study”. *Journal of Vacation Marketing(JCR-Q1)*.
15. Kuster, I. y Vila, N. (2024): "A netnographic study to understand the determinants of experiential tourism destinations". *Humanities and Social Sciences Communications (JCR-Q1)*.
16. Mora, E.; Vila, N. y Küster, I. (2024). “Qualitative social media content analysis as teaching-learning method in higher education” *Interactive Learning Environments (NILE) (JCR-Q1)*. DOI:10.1080/10494820.2022.2150222
17. Küster-Boluda, I.; Vila-López, N.; Mora-Pérez, E. y Casanoves-Boix, J. (20WNE4): “Social Media Impact on international sports events related to the brand Spain”, *European Journal of Management and Business Economics (JCR-Q1)*. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-06-2023-0171>
18. Vila-Lopez, N. y Kuster-Boluda, I. (2023): “Data mining to reposition a religious tourist destination in COVID-19”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management (JCR-Q1)*. DOI:10.1108/ijchm-03-2022-0390. Data DOI: 10.5281/zenodo.10218555
19. Vila-López, N. and Kuster-Boluda, I. (2021): “Sharing-Collaborative Economy in tourism:a bibliometric analysis and perspectives for the post-pandemic era”, *Tourism Economics, (JCR-Q1)*. Mora-Pérez, E.; Vila-López, N. y Kuster-Boluda, I. (2021). “Segmenting the audience [of a cause-related marketing viral campaign](#)”. *International Journal of Information Management*, 59, 102296 **(JCR-Q1)**.
20. Kuster-Boluda, I., Vila-López, N. (2020). “Can Health Perceptions, Credibility and Physical Appearance of Low-Fat Foods Stimulate Buying Intentions?”. *Foods*, 9(7), 866. **(JCR-Q1)**.
21. Villamediana, J.; Küster-Boluda, I.; Vila-López, N. (2019): “Destination engagement on Facebook: time and seasonality.” *Annals of Tourism Research*, 79, 102747. **(JCR-Q1)**.
22. Kuster-Boluda, I., Vila-López, N., Sarabia-Sánchez, F. (2019): “Packaging cues as vehicles of healthy information: visions of millennials (early adults and adolescents)”. *Food Research International*, 119- 170-176. **SSCI (JCR-Q1)**.
23. Villamediana, J.; Vila-Lopez, N.; Kuster-Boluda, I. (2019): “Secrets to design an effective message on Facebook: an application to a touristic destination based on big data analysis”. *Current Issues in Tourism*, 22(15), 1841-1861 **(JCR-Q1)**.
24. Vila-López, N. y Kuster-Boluda, I. (2018): “Designing food packaging for the Spanish Market: Do motivations differ between involved and non-involved adolescents? *Food Research International, (JCR-Q1)*.

25. Vila-López, N. y Kuster-Boluda, I. (2018). Commercial versus technical cues to position a new product: Do hedonic and functional/healthy packages differ? *Social Science & Medicine*, 198, 85-94 **SSCI (JCR-Q1)**.
26. Kuster, I.; Vila, N. (2017): "Health/nutrition food claims and low-fat food purchase: projected personality influence in young consumers". *Journal of Functional Foods*, 38, 66-76. **(JCR-Q1)**.
27. Vila-Lopez, N., Kuster-Boluda, I. & Sarabia-Sanchez, F. (2017). Designing a packaging to promote healthy and low-fat foods: Adolescents versus young-adults. **(JCR-Q1)**.
28. Vila-Lopez N.; Kuster-Boluda, I. (2016): "Adolescents' food packaging perceptions. Does gender matter when weight control and health motivations are considered?". *Food Quality and Preference*, 52, 179-187. **(JCR-Q1)**.

C.2. Proyectos

Título: Understanding of Eating Sustainably

Principal Investigator (name): I.P. for the University of Valencia: Natalia Vila and Inés Kuster.

Funding Entity: European Union

Project reference: HORIZON-CL6-2023-COMMUNITIES-01-06: Inclusive and smart ways to communicate sustainability of food Research and Innovation Action

Duration: (01/03/2024-01/03/2028).

Funding received (in Euro): 6.496.856,75€, Own contribution = 234.461€-.

Título: El deporte en la construcción de marca país: el turista y el residente (SPORTBRAND).

Principal Investigator: Natalia Vila and Inés Küster

Funding entity: Consellería de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital.

Project reference: , AICO 2022 CIAICO/2021/062..

Duration: (01/01/2022-31/12/2024).

Funding received: 46,700 euros.

Título: Reduced fat foods and young people. How to improve their marketing.

Principal Investigator: Ines Kuster and Natalia Vila.

Funding entity: Ministry of Economy and Competitiveness.

Project reference: I+D+i CSO2013-42524

Duration: (01/01/2014-31/12/2016).

Funding received: 13,300 euros.

Título: Alimentos reducidos en grasas y jóvenes. Cómo mejorar su comercialización.

Investigador principal: Ines kuster y **Natalia Vila**.

Entidad financiadora: **Ministerio de Economía y Competitividad**.

Referencia del proyecto: I+D+i CSO2013-42524

Duración: (01/01/2014-31/12/2016).

Financiación recibida: 13.300 euros.

Título: Consumer Behaviour Erasmus Network

Investigador principal (nombre y apellidos): Joaquín Aldás U.V. Colaborador: **Natalia Vila**

Entidad financiadora: **European Union -Lifelong Learning Programme**

156089-LLP-1-2009-1-ES-ER

Duración: (01/01/2009-31/12/2012).

Financiación recibida (en euros): 836.687 euros.

Título: "Social inclusion marketing Project (SIM project)".

Investigador principal (nombre y apellidos): I.P. Agência Nacional Erasmus+ Educação e Formação Associação De Paralisia Cerebral De Coimbra Colaborador: **Natalia Vila**

Entidad financiadora: European Union. Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices. Strategic partnership for adult education with multiple beneficiaries under the Erasmus+ Programme PT01. 2019-1-PT01-KA204-060716.

Duración: (01/09/2019-31/08/2021).

Título: "Fostering Outreach within European Regions, Transnational Higher Education and Mobility – FORTHEM".

Investigador principal (nombre y apellidos): I.P. Johannes Gutenberg (Mainz University).
Colaboración en el Laboratorio Lab Food Science. Colaborador: **Natalia Vila**
Entidad financiadora: : Call for Proposals EAC/A03/2018 – European Universities Erasmus + Programme – Key Action 2 (KA2) — Cooperation for innovation and the exchange of good practices. Ref: 612489-EPP-1-2019-1-DE-EPPKA2-EUR-UNIV.
Duración: (01/09/2019-31/08/2022).
Financiación recibida (en euros): 4.995.587,94 €, Aportación propia = 851.308,06 €-

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Título: La protección del consumidor frente al ahorro y la inversión

Empresa/Administració finançadora: CEACCU

Durada, des de: 2007 fins: 2008

Investigador/s responsable/s: Lourdes Ferrando

Nombre d'investigadors participants: Ines Kuster y **Natalia Vila**

Título: Estudio de satisfacción y fidelidad de la empresa Antares Iluminación

Empresa/Administració finançadora: Antares Iluminación

Durada, des de: 2009 y 2010 fins: 2009

Investigador/s responsable/s: **Natalia Vila** López-Ines Kuster Boluda

Nombre d'investigadors participants: 2

Codi de projecte/contracte: 020001 Ordre: 104

Título: Asesoramiento técnico para propuesta de un plan de marketing

Empresa/Administració finançadora: Buraglia S.L.

Import: 2.000,00 Durada, des de: 2015 fins: 2015

Investigador/s responsable/s: Inés Küster y **Natalia Vila**

Nombre d'investigadors participants: 2

Título: Asesoramiento técnico para propuesta indicadores y previsión de ventas

Empresa/Administració finançadora: UBESOL y MAVERIK

Import: 2.000,00 Durada, des de: 2016 fins: 2016

Investigador/s responsable/s: Inés Küster y **Natalia Vila**

Nombre d'investigadors participants: 4

Título: Estudio de mercado para el análisis de las necesidades del mercado de Sant Mateu

Empresa/Administració finançadora: KenMark

Import: 2.000,00 Durada, des de: 2021 fins: 2021

Investigador/s responsable/s: Inés Küster y **Natalia Vila**

Nombre d'investigadors participants: 2

C.5 Comité editorial-Editora

Editora asociada *Physiology and Behaviour*. Editorial: Elsevier. ISSN: 0031-9384. **JCR Journal (Q2)**. Siendo destacada con el título de Outstanding Reviewer en esta revista.

Editora asociada de la revista *Foods*. Editorial: MDPI. ISSN: 2304-8158. **JCR Journal (Q1)**.

Comité editorial *Journal of Organizational and End User Computer*, 2014. Editorial: Taylor Francis. ISSN: 0953-7325- **JCR Journal**.

C.7 Becas, premios y reconocimientos

- Reconocimiento con la máxima puntuación (EXCELENTE, 200/200) en el programa DOCENTIA en todos los periodos docentes evaluados.
- **3 premios académicos** y de investigación: (i) premio extraordinario de grado, (ii) premio extraordinario de doctorado y (iii) premio de investigación J.J.Renau Piqueras a la mejor tesis doctoral.
- **11 premios/reconocimientos** por publicaciones en artículos científicos (en colaboración).
- **7 premios por contribuciones a congresos** (en colaboración).

- **11 premios por trabajos supervisados (3 en codirección). De estos, destacamos 3 premios otorgados a tesis doctorales:** (i) Premio InnDEA del Ayuntamiento de Valencia a la mejor tesis doctoral. Codirector de la tesis premiada: La transferencia entre un gran evento deportivo y la marca patrocinadora. La visión del visitante deportivo. Doctorando: C. Aragón (2013); (ii) Premio Torrecid a la mejor propuesta de tesis doctoral a la estudiante Verónica Tejero Marcos, en la IV Conferencia Internacional sobre Clusters y Distritos Industriales (2019); (iii) Premio del Comité Econòmic i Social de la Comunitat Valenciana (CES-CV) a la mejor tesis doctoral 2019 de la Universitat de Valencia por la tesis «Factores predictores del engagement positivo y negativo de la marca país España en Facebook», de la estudiante Jenely Villamediana, dirigida por Natalia Vila e Inés Küster