



Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	03/10/18
----------------------	----------

Nombre y apellidos	Salvador Ruiz de Maya		
DNI/NIE/pasaporte	52812971A	Edad	52
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	D-4840-2009	
	Código Orcid	0000-0001-7487-8308	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Murcia		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Facultad de Economía y Empresa, s/n, Campus de Espinardo		
Teléfono	968883802	Correo electrónico	salvruiz@um.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	10/03/07
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	Economía, consumidor		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Lic. Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Murcia	1989
Doctor en CC Económicas y Empresariales	Universidad de Murcia	1994

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

Sexenios de investigación: 3 **Fecha del último concedido:** 2010-2015

Nº de Tesis doctorales dirigidas en los últimos 10 años: 4

Citas totales (Web of Science): 854; **promedio de citas** (Web of Science): 35,58

Publicaciones totales en primer cuartil: 4; **índice h** (Web of Science): 14

Citas totales (Google Scholar): 3436; **Desde 2013:** 2137

índice h Google Scholar): 25 **índice i10** Google Scholar): 42

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

Salvador Ruiz de Maya es Catedrático del área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de Murcia. Licenciado con premio extraordinario y doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, ha realizado varias estancias de investigación en la Universidad de Columbia en Nueva York. Es el actual presidente de la Asociación Española de Marketing Académico y profesional y profesor de cursos de especialización y de doctorado en programas de varias universidades españolas y de América Latina.

Dirige el grupo de investigación de Comportamiento del Consumidor en la Universidad de Murcia y es autor de más de medio centenar de artículos en revistas científicas nacionales e internacionales como *Journal of Service Research*, *Journal of Interactive Marketing*, *Journal of Business Research*, *Marketing Letters*, *Journal of Business Ethics*, *Sustainability* o *Ecological Economics* entre otras revistas principalmente del área de marketing. Habitualmente sus investigaciones se exponen en congresos nacionales e internacionales en los que ha recibido varios premios por sus trabajos presentados y publicados. Es coautor de varios libros sobre el comportamiento del consumidor, y evaluador habitual de artículos en revistas científicas y congresos españoles e internacionales, además de haber participado en la organización de varios congresos y eventos de marketing.

Sus trabajos se han centrado en analizar cómo responde el consumidor ante acciones de marketing y de responsabilidad social corporativa. El procesamiento de la información y las emociones experimentadas durante los procesos de decisión son las principales herramientas que ha utilizado para entender cómo reacciona el consumidor ante los productos de la empresa y sus acciones de comunicación. En cuanto al comportamiento socialmente responsable, sus trabajos han estado dirigidos a mostrar las ventajas que desde el punto de vista comercial tiene el hecho de que los consumidores conozcan esa actividad de la empresa.

Su actividad profesional también incluye el asesoramiento a empresas en materia de marketing e investigación de mercados. Como investigador principal, ha participado y dirigido proyectos de investigación concedidos en convocatorias competitivas de la Comisión Europea, el Ministerio de Ciencia y Tecnología, el Ministerio de Educación y Ciencia, Ministerio de Ciencia e Innovación y la Fundación Séneca (Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia).

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

- Alarcón López, Rocío, Ruiz de Maya, Salvador, and López López, Inés, "Sharing co-creation experiences contributes to consumer satisfaction", *Online Information Review*, 2017, 41(7), 969-984, <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2016-0267>
- Ruiz de Maya, Salvador, Rafaela Lardín Zambudio and Inés López-López: "I Will Do It If I Enjoy It! The Moderating Effect of Seeking Sensory Pleasure When Exposed to Participatory CRS Campaigns", *Frontiers in Psychology*, 2016,6(1940), 1-10. (Q1)
- López-López, Inés, Salvador Ruiz de Maya and Luk Warlop: "When Sharing Consumption Emotions With Strangers Is More Satisfying Than Sharing Them With Friends," *Journal of Service Research*, 2014, 17(4), 475-488. (Q1)
- López López, Inés and Salvador Ruiz de Maya: "When Hedonic Products Help Regulate My Mood." *Marketing Letters*, 2012, 23, 701 – 717. (Q3)
- Marín, Longinos, Alicia Rubio and Salvador Ruiz de Maya: "Competitiveness as a Strategic Outcome of Corporate Social Responsibility", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2012, 19,364 – 376. .(Q2)
- Ruiz de Maya, Salvador, Inés López López and José Luis Munuera: "Organic Food Consumption in Europe: International Segmentation Based on Value System Differences.", *Ecological Economics*, 2011, 70, 1767-1775. (Q1)
- López, Inés and Salvador Ruiz: "Explaining Website Effectiveness:The Hedonic-Utilitarian Dual Mediation Hypothesis", *Electronic Commerce Research and Applications*, 2011, 10, 49-58. (Q2)
- Sicilia, Maria and Salvador Ruiz: "The Effect of Web-Based Information Availability on Consumers Processing and Attitudes", *Journal of Interactive Marketing*, 2010, 24, 31-41. (Q2)
- Sicilia, María and Salvador Ruiz, "The Effects of the Amount of Information on Cognitive Responses in Online Purchasing Tasks" ,*Electronic Commerce Research and Applications*, 2010, 9, 183-191. (Q1)
- Parra, José Francisco and Salvador Ruiz: "Consideration Sets in Online Shopping Environments: The Effects of Search Tool and Information Load", *Electronic Commerce Research and Applications*, 2009, 8, 252-262. (Q3)
- Marín, Longinos, Salvador Ruiz and Alicia Rubio: "The Role of Identity Salience in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior", *Journal of Business Ethics*, 2009, 84, 65-78. (Q2)

C.2. Proyectos

Título del proyecto: Efectos sobre la percepción de marca y la experiencia cuando el consumidor accede y comparte información en Internet (ECO2012-35766)

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad

Entidades participantes: Universidad de Murcia

Duración, desde: 1 enero 2013 hasta: 31 diciembre 2016

Financiación: 53.235 euros

Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya

Tipo de participación: investigador

Título del proyecto: Aspectos sociales y éticos del comportamiento del consumidor en Internet (ECO2009-13170)

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación

Entidades participantes: Universidad de Murcia

Duración, desde: 2010 hasta: 2012

Financiación: 88.935 euros

Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya

Tipo de participación: investigador

Título del proyecto: La relación empresa consumidor en Internet: el comportamiento basado en relaciones de amor (identificación) y odio (boicot) (2030/PHCS/09)

Entidad financiadora: Fundación Séneca

Entidades participantes: Universidad de Murcia

Duración, desde: 1 enero 2010 hasta: 31 diciembre 2015

Financiación: 25.500 euros

Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya

Tipo de participación: investigador

Título del proyecto: El Uso de Internet y la Identificación Consumidor-Organización como Recurso de Competitividad (SEJ2005-09358)

Entidad financiadora: Ministerio Educación y Ciencia

Entidades participantes: Universidad de Murcia

Duración, desde: 1 abril 2006 hasta: noviembre 2008

Financiación: 59.500 euros

Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya

Tipo de participación: investigador

Título del proyecto: Los beneficios para la empresa de comunicar sus acciones de Responsabilidad Social y su comportamiento ético en contextos online: efectos sobre el comportamiento del consumidor. (ECO2017-83999-R)

Entidad financiadora: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Entidades participantes: Universidad de Murcia

Duración, desde 01/01/2018 hasta 31/12/2020

Financiación: 31.460 euros

Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya

Tipo de participación: investigador

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Título del contrato/proyecto: Plan Estratégico del sector agroalimentario de la Región de Murcia

Tipo de contrato: Obra

Empresa/Administración financiadora: Consejería de Agricultura y Agua, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Entidades participantes: Universidad de Murcia

Duración, desde: 2006 hasta: 2006



Investigador responsable: JL Munuera Alemán
Número de investigadores participantes: 8
Financiación: 32.753€

Título del contrato/proyecto: Proyecto de análisis de datos primera encuesta Cehegín Ciudad Digital
Empresa/Administración financiadora: Ayuntamiento de Cehegín
Entidades participantes: Universidad de Murcia
Duración, desde: 26/05/2010 hasta: 26/08/2010
Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya
Financiación: 3.190€

Título del contrato/proyecto: Proyecto de análisis de datos segunda encuesta Cehegín Ciudad Digital
Empresa/Administración financiadora: Ayuntamiento de Cehegín
Entidades participantes: Universidad de Murcia
Duración, desde 13/06/2011 hasta 30/06/2011
Investigador responsable: Salvador Ruiz de Maya
Financiación: 8.500€

Título del contrato/proyecto: Espacio Económico del Mediterráneo español. Turismo residencial
Empresa/Administración financiadora: Cámara de Comercio, Industria y Navegación de la Región de Murcia
Entidades participantes: Universidad de Murcia
Duración, desde: 24/09/2012 hasta: 24/10/2012
Investigador responsable: Salvador Ruiz, J. Longinos Marín y Miguel Giménez
Financiación: 30.855€

C.4. Patentes

C.5, C.6, C.7...