

Fecha: 24/09/2019

## Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos	MANUELA VEGA VÁZQUEZ		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	K-9933-2014	
	Código Orcid	0000-0003-4023-885X	

### A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Sevilla		
Dpto./Centro	Administración de Empresas y Marketing. Facultad de Turismo y Finanzas		
Dirección	Avenida San Francisco Javier, s/n. 41018 Sevilla, España		
Teléfono	954556171	Correo electrónico	<a href="mailto:mvega@us.es">mvega@us.es</a>
Categoría profesional	Titular de Universidad		
Espec. cód. UNESCO	531105-531290		
Palabras clave	Creación de valor al cliente, gestión de relaciones con el cliente, innovación de productos y servicios, marketing estratégico, orientación al mercado, marketing turístico		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Doctora en Administración de Empresa y Marketing	Universidad de Sevilla	2004
Máster en Gestión de Empresas Comerciales	Universidad de Sevilla	1996
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1994

### A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

- Sexenios de investigación: 1(1998-2013), CNEAI 2014.
- Tesis dirigidas: Codirectora de 3 tesis en proceso de elaboración, 2 en el marco del Programa de Doctorado Gestión Estratégica y Negocios Internacionales (Universidad de Sevilla) y otra en el Doctorado Interuniversitario en Turismo.
- Citas totales: 287 Google Scholar - 90 Scopus - 82 Web of Science.
- Promedio citas/año en los últimos 5 años (Web of Science): 15,2
- Publicaciones totales en el primer cuartil Q1: 4 JCR – 11 SJR.
- Índice h: 5 (Web of Science), 5 (Scopus), 8 (Google Scholar)

## Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

La profesora desempeña su actividad como docente del Departamento de Administración y Marketing de la Universidad de Sevilla desde 1997. A lo largo de su carrera ha desarrollado una intensa actividad investigadora que se pone de manifiesto en publicaciones en revistas y libros de editoriales de prestigio y trabajos con elevado impacto socio-económico.

Entre las publicaciones recientes, destacan 10 artículos en revistas incluidas en el Social Sciences Citation Index (SSCI). Todos los artículos corresponden al año 2012 y siguientes, demostrando una intensa actividad investigadora en los últimos años. Así, ha publicado 1 trabajo en Journal of Cleaner Production, 3 en Journal of Business Research, 1 en Service Business, 2 en Current Issues in Tourism, 1 en Management Decision, 1 en International Journal of Tourism Research y 1 en Psychology & Marketing. Las aportaciones responden a las principales líneas de investigación objeto de interés para la profesora: el ámbito del turismo, el enfoque de gestión de la organización orientado al mercado y el proceso de co-creación de valor por parte de la empresa con la participación activa del cliente. El interés por la investigación también se ha concretado en la participación en un total de 25 Proyectos y/o Contratos de Investigación, 6 como Investigador Principal.

Investigadora en el Grupo de Investigación del Plan Andaluz de Investigación, SEJ577 “Turismo, Envejecimiento Saludable y TIC”, que forma parte del *European Innovation Partnership on Active and Healthy Ageing*.

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

### C.1. Publicaciones

1. Revilla-Camacho, M<sup>a</sup> Ángeles; **Vega-Vázquez, Manuela**; Cossío-Silva, Francisco J. 2017. Exploring the customer's intention to switch firms: The role of customer-related antecedents. *Psychology & Marketing*. 34 (11): 1039-1049. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 2,000 (Business, Q2/ Psychology, Applied, Q2); Factor de impacto SJR 1,291 (Applied Psychology Q1/ Marketing Q1).
2. Oviedo-García, M<sup>a</sup> de los Ángeles; Castellanos-Verdugo, Mario; **Vega-Vázquez, Manuela**; Orgaz Agüera, Francisco. 2017. The mediating roles of the overall perceived value of the ecotourism site and attitudes towards ecotourism in sustainability through the key relationship ecotourism knowledge-ecotourist satisfaction. *International Journal of Tourism Research*. 19 (2): 203-213. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 1,857 (Hospitality Leisure Sport & Tourism, Q2); Factor de impacto SJR 1,144 (Tourism, Leisure and Hospitality Management Q1).
3. **Vega-Vázquez, Manuela**; Castellanos-Verdugo, Mario; Oviedo-García, M<sup>a</sup> de los Ángeles. 2017. Shopping value, tourist satisfaction and positive word of mouth: The mediating role of souvenir shopping satisfaction. *Current Issues in Tourism*. 20 (13): 1413-1430. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 2,451 (Hospitality, Leisure, Sport and Tourism, Q2); Factor de impacto SJR 1,232 (Geography, Planning and Development Q1/Tourism, Leisure and Hospitality Management Q1).
4. Castellanos-Verdugo, Mario; **Vega-Vázquez, Manuela**; Oviedo-García, M<sup>a</sup> de los Ángeles; Orgaz Agüera, Francisco. 2016. The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourist site perceived value. *Journal of Cleaner Production*. 124: 226-235. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 5,715 (Green & Sustainable Science & Technology Q1); Factor de impacto SJR 1,1615 (Strategy and Management Q1).
5. **Vega-Vázquez, Manuela**; Cossío-Silva, Francisco J.; Revilla-Camacho, M<sup>a</sup> Ángeles. 2016. Entrepreneurial orientation-hotel performance: Has market orientation anything to say? *Journal of Business Research*. 69: 5089-5094. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 3,354 (Business Q1); Factor de impacto SJR 1,815 (Marketing Q1).
6. Cossío-Silva, Francisco J.; Revilla-Camacho, M<sup>a</sup> Ángeles; **Vega-Vázquez, Manuela**; Palacios-Florencio, Beatriz. 2016. Value co-creation and customer loyalty. *Journal of Business Research*. 69: 1621-1625. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 3,354 (Business Q1); Factor de impacto SJR 1,815 (Marketing Q1).
7. Oviedo-García, M<sup>a</sup> de los Ángeles; **Vega-Vázquez, Manuela**; Castellanos-Verdugo, Mario; Reyes-Guizar, Luis Alberto. 2016. Tourist satisfaction and the souvenir shopping of domestic tourists: Extended weekends in Spain. *Current Issues in Tourism*. 19: 845-860. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 2,451 (Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Q2); Factor de impacto SJR 1,232 (Geography, Planning and Development Q1).
8. Revilla-Camacho, M<sup>a</sup> Ángeles; **Vega-Vázquez, Manuela**; Cossío-Silva, Francisco J. 2015. Customer participation and citizenship behavior effects on turnover intention. *Journal of Business Research*. 68: 1607-1611. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 2,129 (Business Q2); Factor de impacto SJR 1,714 (Marketing Q1).

9. Oviedo-Garcia, M<sup>a</sup> de los Ángeles; **Vega-Vázquez, Manuela**; Castellanos-Verdugo, Mario. 2015. CRM and RQ as key factors in retail setting services in an economic crisis context. The case of travel agencies. Service Business. 9: 663-685. Indicis de calidad: Factor de impacto JCR 0,985 (Business Q3; Management Q3); Factor de impacto SJR 0,484 (Strategy and Management Q2).

## **C.2. Proyectos**

1. Patrimonio cultural, legado a conocer, conservar y divulgar. VI Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla. 01/04/2018-30/11/2018. 2.000 EUR. Responsable/Investigadora principal.

2. Building intrapartum research through health - an interdisciplinary whole system approach to understanding and contextualising physiological labour and birth (Birth). COST ACTION - European Cooperation in Science and Technology-Programa Marco UE. ISCH Cost Action Is1405. 03/06/2014- 09/12/2018. 520.000 EUR. Investigadora.

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

1. Proyecto de investigación, desarrollo e innovación SORT-Sistema Omnichannel para el Retail Turístico. 27-2015. 20/05/2015- 31/12/2016. Responsable: Vargas-Sánchez, Alfonso. Universidad de Huelva y Viajes de Autor SL 96.800 EUR. Investigadora.