



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

## Parte A. DATOS PERSONALES

		<b>Fecha del CVA</b>	09/04/2019
Nombre y apellidos	Francisco Muñoz Leiva		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	I-1801-2015	
	Código Orcid	0000-0002-4996-7525	

### A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección	Campus Cartuja s/n CP:18071 Granada		
Teléfono	958241274	Correo electrónico	franml@ugr.es
Categoría profesional	Catedrático de Universidad	Fecha inicio	16/12/2018
Espec. cód. UNESCO	531105, 531106, 6114, 611413, 531101, 120307		
Palabras clave	Marketing (Comercialización), Estudios de Mercado, Psicología social, Neuromarketing, Publicidad, Modelos Causales		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado	Universidad de Granada	2015
Doctor en Ciencias Empresariales	Universidad de Granada	2008

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

Total publicaciones indexadas en Web of Science (WoS): 50 (48 indexados en el JCR)

Citas totales en WoS: 602

Total publicaciones indexadas en SCOPUS: 27

Citas totales en SCOPUS: 584

Citas totales Google Scholar: (en los últimos 5 años): 1646

Índice H en Google Scholar: 24

Sexenios de investigación CNEAI: 2

Tesis dirigidas últimos 10 años: 7

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

El profesor Muñoz Leiva lleva 17 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada, teniendo en la actualidad 3 tramos docentes reconocidos y 2 tramos de investigación (sexenios) reconocidos por la CNEAI.

El pasado 13 de noviembre consiguió la plaza de Catedrático de Universidad (BOE 5/12/18). Ha dirigido 7 tesis doctorales, 25 trabajos fin de máster y 1 trabajo de investigación tutelada. En 2013 fue *visiting professor* en la *Leeds Business School* (LUBS; Ranking de Shanghai - puntuación: 9-17; en 2014), y en 2015 en la *Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo* (ESGHT) de Faro (Portugal) en colaboración con el Centro de Sistemas Inteligentes (CSI; <http://csi.fct.ualg.pt/>).

Ha publicado 53 artículos científicos en revistas indexadas en WoS, SCOPUS o INRECS. En los últimos años ha publicado 44 artículos en revistas indexadas en el JCR en posiciones relevantes tales como: *International Journal of Advertising*, *Journal of Services Marketing*, *Physiology and Behavior*, *International Journal of Information Technology & Decision Making*, *SoftComputing*, *Industrial Management & Data System*, *Services Business*, *Expert System with Applications*, *Computers in Human Behavior*, *International Journal of Information Management*, *Online Information Review*, *Cities*, entre otras. Diez de ellos en revistas con un factor de impacto superior a 2 puntos (en el área de comunicación, *computer science*, sicología o ciencias de la gestión).

Ha publicado 3 libros y 13 capítulos de libro, la mayoría de ellos publicados por editoriales internacionales de prestigio como Pearson e IGI-Global. Ha sido editor de 2 libros



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

internacional publicado por IGI-Global.

Una divulgación de resultados de la actividad investigadora con 63 contribuciones a congresos de ámbito internacional en su mayoría (40) y nacional (23), acudiendo al menos a dos cada año desde 2003. Asiste como ponente regularmente a los Congresos más prestigiosos en el campo del marketing y la comunicación a nivel nacional (Congreso Nacional de Marketing AEMARK) e internacional (European Marketing Academy-EMAC, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica e International Marketing Trends).

Ha obtenido 4 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales. Ha participado como investigador en 10 proyectos de investigación obtenidos en convocatorias competitivas (Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic), por un importe total de 554.843,25€. También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo como colaborador en 21 contratos de investigación por un importe total de más de 82.000 euros. Por último, ha sido investigador principal en dos de estos proyectos de investigación en convocatorias competitivas (I+D+i) y 4 contratos de investigación gestionando un total de 77.664 euros.

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

### C.1. Publicaciones

#### - Artículos indexados con índice de impacto más relevantes

- Liébana, F; Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2014): 'The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN)', *International Journal of Information Management*, 34(2), pp. 151-166 (IF JCR 2014: 1,550, Q1).
- Muñoz-Leiva, Francisco; del Barrio-García, Salvador; Porcu, L. (2015): 'Discovering prominent themes of Integrated Marketing Communication research from 1991 to 2012: A co-word analytic approach', *International Journal of Advertising*, 34(4), pp. 678-701 (IF JCR 2012: 2,451, Q1).
- Liébana, Francisco J.; Sánchez, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2014): 'Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age', *Computers in Human Behavior*, 35(Jun), pp. 464–478 (IF JCR 2014: 2.694, Q1).
- Liébana, F. J., Muñoz Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2015): 'Payment systems in new electronic environments: consumer behavior in payment via SMS.', *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 14(2), pp. 24-135 (IF JCR 2015: 1,89, Q1).
- Hernández, J.; Muñoz Leiva, Francisco (2015): 'What type of online advertising is most effective for eTourism 2.0? An eye tracking study based on the characteristics of tourists', *Computers in Human Behavior*, 50, pp. 618-626 (IF JCR 2015): 2,880, Q1).
- Liébana, F., Muñoz-Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2017): 'A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment', *Service Business* (IF JCR 2017: 2,110, Q2).
- Muñoz-Leiva, Francisco; Hernández-Méndez, J., Gómez-Carmona, D. (2018): 'Measuring advertising effectiveness in Travel 2.0 websites through eye-tracking technology', *Physiology and Behavior*, 2018, in press, pp. 1-15 (IF JCR 2017: 2,517, Q1).
- Muñoz-Leiva, Francisco; Gómez-Carmona, D. (2018): 'Sparking interest in restaurant dishes? Cognitive and affective processes underlying dish design and ecological origin: A fMRI study', *Physiology and Behavior*, 2018, in press, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 2,517, Q1).
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz Leiva, F. (2018): 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting & Social Change*, in press, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 3,129, Q1).



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

- Muñoz-Leiva, F.; De la Hoz Correa, A. (2018): 'Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis', *Tourism Management*, 65 (April), pp. 200-211 (JCR 2017: 4,707, Q1).
- Muñoz-Leiva, F.; Liébana-Cabanillas, F. J.; Hernández-Méndez, J. (2018): 'E-tourism advertising effectiveness: Banner type and engagement as moderators', *Journal of Services Marketing*, 32 (4), pp. 462-475 (IF JCR 2017: 2,408, Q2).
- De la Hoz Correa, A.; Muñoz-Leiva, F. (2018): 'The role of information sources and image on the intention to visit a medical tourism destination: A cross-cultural analysis', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, In press, pp. 1-10 (IF JCR 2017: 1,975, Q3).
- Molinillo, S.; Pérez García, F., Muñoz-Leiva, F. (2018): 'The effects of human-game interaction, network externalities, and motivations on players' use of mobile casual games', *Industrial Management & Data Systems*, 118 (9), pp. 1-20 (IF JCR 2017: 2,948, Q1).
- Liébana-Cabanillas, F.J.; Ramos de Luna, I.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz-Leiva, F. (2018): 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting & Social Change*, In press, pp. 1-14 (IF JCR 2017: 3,129, Q1).
- Rodríguez-López, M.E., Alcántara-Pilar, J.M., Del Barrio-García, S., & Muñoz-Leiva, F. (2019). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, In press (IF JCR 2018: 4,465 Q1).

#### - Libros y capítulos de libros más relevantes

- Liébana, F. J.; Muñoz-Leiva, Francisco (2014): 'Innovation and Diversification Policies in the Banking Sector: The Case of the Urban@ Program', en: *Handbook of research on enterprise 2.0: Technological, social, and organizational dimensions*, Ed. IGI Global Publishing, Hershey PA, USA, ISBN: 978-1466643734, pp. 312-329.
- Liébana, F.J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Sánchez, J. (2014): 'Comparative Study Among New Payment Systems and New Future Trends in Mobile Payments', en: *Electronic Payment Systems for Competitive Advantage in E-Commerce*, Ed. IGI Global Publishing, ISSN: 978-1466651906, pp. 217-253.
- García Maroto, Inmaculada; Muñoz Leiva, Francisco (2016): 'Adoption of biomass heating systems: Cross-market study of the European region', en: *Analyzing the cultural diversity of consumers in the global Marketplace*, Ed. IGI Global Publishing, ISBN: 978-1-466-68262-7, pp. 177-206.

#### C.2. Proyectos

Investigador principal del proyecto del Plan Nacional de I+D+i:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2017

Título (referencia): Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística (ECO2017-88458-R).

Investigador principal: Muñoz Leiva, Francisco y Del Barrio García, Salvador

Organismo financiador: Ministerio de Economía y Competitividad

Inicio - fin: 01/01/2018 – 31/12/2020

Cuantía total (EUROS): 37510€

Investigador principal del proyecto del Plan Nacional de I+D+i:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i. Fundamental No Orientada. 2012

Título (referencia): Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing (ECO2012-39576).

Investigador principal: Muñoz Leiva, Francisco

Organismo financiador: Ministerio de Economía y Competitividad

Inicio - fin: 01/02/2013 – 31/01/2016



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



Unión Europea  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Cuantía total (EUROS): 29250

También ha participado como investigador colaborador en los siguientes contratos de investigación:

Tipo de proyecto: Plan Nacional de I+D+i

Tipo de proyecto: Proyectos de excelencia de la Junta de Andalucía

Título (referencia): Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible (P10.SEJ.6768)

Investigador principal: Montoro Ríos, Fco. J.

Organismo financiador: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía

Inicio - fin: 15/03/2011-15/03/2014

Cuantía total (EUROS): 46.755

Tipo de proyecto: Proyectos de Investigación de Excelencia (Junta de Andalucía)

Título (referencia): El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable (P12-SEJ-1980)

Investigador principal: Sánchez Fernández, Juan

Organismo financiador: Junta de Andalucía.

Inicio - fin: 01/01/2014 - 31/12/2016

Cuantía total (EUROS): 64.745