

## CURRICULUM VITAE (CVA)

### Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA

18/01/2022

Nombre	Francisco		
Apellidos	Liébana Cabanillas		
Dirección email	franlieb@uar.es	URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0002-3255-0651		

A.1 Situación profesional	actua
Puesto	Catedrático de Universidad
Fecha inicio	06/07/2021
Organismo/ Institución	Universidad de Granada
Deoartamento/ Centro Pafs	Departamento de Comercialización e Investiación de Mercados España Teléfono 656612341
Palabras clave	Comportamiento del Consumidor, marketing en Internet, medio ambiente, medios de pago, comercio móvil, neuromarketina

### A.2: Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con el Art. 45.2.c) de la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
03/01/2018-06/07/2021	Profesor Titular de Universidad/Universidad de Granada/España
01/10/2015-03/01/2018	Profesor Contratado Doctor/ Universidad de Granada/España
08/09/2015- 30/09/2015	Profesor Ayudante Doctor/ Universidad de Granada/España
22/11/2010- 07/09/2015	Profesor Sustituto Interino/ Universidad de Granada/España
10/10/2000- 21/11/2010	Profesor Asociado/ Universidad de Granada/España

### A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Licenciado en Admón. y Dirección de Empresas	Universidad de Granada/España	1998
Doctor	Universidad de Granada/España	2012

### Parte B. RESUMEN DEL CV (máx. 5000 caracteres, incluyendo espacios):

- Publicaciones totales (Web of Science): 75
- Publicaciones totales (Google Scholar): 173
- Suma de citaciones (Google Scholar): 4.767 (4.383 últimos 5 años)
- Índice i10 (Google Scholar): 74
- H index (Google Scholar): 31
- Sexenios de investigación CNEA: 2. Resolución de 2019
- Sexenios de transferencia CNEA: 1. Resolución de 2019
- Tramos autonómicos: 5 (máximo). Resolución de 2019
- Tesis dirigidas en los últimos 10 años: 5 (1 con mención internacional) y 5 en curso
- TFM dirigidos: 85
- TFG dirigidos: 30.
- Miembro del Grupo de Investigación ADEMAR (SEJ-241)
- Miembro de la Unidad de Excelencia Científica "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa"
- Miembro del Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo de las Universidades de Granada, Málaga y Sevilla

- Miembro del Consejo Asesor de Enseñanzas de Posgrado de la Universidad de Granada.
- Evaluador de proyectos de investigación del Science Fund of the Republic of Serbia desde 2019.
- Investigador destacado como más influyente del mundo en el "Ranking of the World Scientists: World's Top 2% Scientists", publicado por la Universidad de Stanford (26/10/2021). Primero en la disciplina de Marketing en la UGR.

El profesor Liébana Cabanillas lleva más de 20 años ejerciendo como docente e investigador en la Universidad de Granada. Paralelamente en los primeros años de actividad docente estuvo trabajando en el sector financiero desempeñando diferentes labores de responsabilidad, hasta que en el año 2012 abandonó su cargo de director del Departamento de Canales y Banca Virtual en Caja Rural de Granada centrando su actividad en labores docentes e investigadoras en esta misma área. En la actualidad es el Director del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.

En relación a su actividad como investigador cuenta con casi 250 aportaciones:

- 75 artículos publicados en revistas incluidas en el JCR, de ellos: 25 01 (1 0 01), 30 02, 14 03 y 6 04. En más del 70% fue el primer firmante y autor de correspondencia en casi el 90% del total de publicaciones. El número medio de autores por artículo es 3,60. En el 40% de los artículos al menos un coautor pertenecía a una universidad extranjera de países como Reino Unido, Italia, Australia, Portugal, Turquía, India, Indonesia, o Serbia, lo que demuestra la colaboración internacional. Entre los coautores cabe destacar por su relevancia internacional al Profesor Dimitrios Buhalis (50.193 citas en Google Scholar) y Zoran Kalinic (1.174)
- 10 artículos publicados en revistas incluidas solo en el SJR (SCImago Journal Rank) la mayoría en el 01.
- 21 artículos publicados en revistas no incluidas en los rankings anteriores.
- 3 libros y 17 capítulos de libro en editoriales internacionales y nacionales (Springer, IGI GLOBAL y Fundación Ramón Areces entre otras).
- Ha participado en más de 120 Congresos Científicos y ha obtenido 11 premios de investigación en congresos nacionales e internacionales, el último el premio al mejor artículo científico en marketing 2019 concedido por AEMARK
- Colabora como revisor en más de 40 revistas indexadas y es editor asociado de diferentes revistas pertenecientes a JCR (Revista Brasileira de Gestão de Negócios), LATINDEX (Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración "RICEA") u Open Access (International Journal of Psychology & Behavior Analysis o Electronics Science Technology and Application entre otras).

En relación a la transferencia del conocimiento:

- Ha participado como investigador en 29 proyectos y contratos de investigación (8 como investigador principal), de los cuales 7 fueron obtenidos en convocatorias competitivas (Proyectos Europeos de la Comisión Europea, Plan Nacional I+D+i, Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía y Proyectos del Campus de Excelencia Internacional CEI Biotic). En la actualidad es IP en un Proyecto I+D+i FEDER JJAA 2014-2020
- También ha generado transferencia de conocimiento al sector productivo por un importe aproximado de 200.000 euros.
- Además, participa en diferentes empresas Spin-Off de la UGR en funcionamiento con inserción laboral de egresados de la propia universidad.

En los últimos años ha publicado en revistas pertenecientes al JCR en posiciones relevantes (01, 01 y 02) en revistas indexadas de primer orden tales como International Journal of Information Management, Journal of Interactive Marketing, Tourism Management, Technological Forecasting and Social Change, Telematics

and Informatics, Computers in Human Behavior, Expert Systems with Applications, Current Issues in Tourism, Journal of Enterprise Information Management, International Journal of Environmental Science and Technology o Journal of Services Marketing entre otras.

La producción científica ha contribuido a mejorar el conocimiento científico del comportamiento del consumidor en su experiencia de interacción y adopción de tecnologías digitales y el medio ambiente, como ejes principales de su investigación. En los trabajos se han realizado y evaluado nuevas propuestas de marcos conceptuales que han permitido identificar variables y relaciones poco estudiadas hasta el momento, utilizando diversas metodologías cualitativas (entrevistas en profundidad, casos de estudio) y cuantitativas (SEM, PLS, Chaid, cluster, regresión logística multinomial, minería de datos de redes sociales) con muestras poblacionales de países diversos como Estados Unidos, India, Brasil o España, entre otros muchos. Los hallazgos han tenido importantes implicaciones para las empresas y las organizaciones en la implementación de tecnologías digitales para la relación con sus clientes, así como en la gestión de empresarial.

### Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES (últimos 10 años)

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con "peer review" y conferencias. Sólo se incluyen las más relevantes

- Liébana-Cabanillas, F., Lara-Rubio, J., & Carvajal-Trujillo, E (2022). Explanatory and predictive model of the adoption of location-based mobile services. *International Journal of Intelligent Systems* (In press). (IF JCR 2020: 8,709 01 –SJR 2020: 1,291 01).
- Migliore, G., Wagner, R., Cechella, F. S., & Liébana-Cabanillas, F. (2022). Antecedents to the Adoption of Mobile Payment in China and Italy: an Integration of UTAUT2 and Innovation Resistance Theory. *Information Systems Frontiers*, 1-24. (IF JCR 2020: 6,191 01 – SJR 2020: 1,086 01). <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10237-2>
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., Molinillo, S., & Higuera-Castillo (2022). Do biometric payment systems work during the COVID-19 pandemic? Insights from the Spanish users' viewpoint. *Financial Innovation* (In press). (IF JCR 2020: 3,981 01 – SJR 2020: 0,536 02).
- Ashaari, M. A., Singh, K. S. D., Abbasi, G. A., Amran, A., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2021 ). Big data analytics capability for improved performance of higher education institutions in the Era of IR 4.0: A multi-analytical SEM & ANN perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121119 (IF JCR 2020: 8,593 01 – SJR 2020: 2,226 01). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121119> (AC/5, 2 citas, 2 citas/año)
- Kalinié, Z., Marinković, V., Kalinié, L., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Neural Network Modeling of Consumer Satisfaction in Mobile Commerce: An Empirical Analysis. *Expert Systems with Applications*, 114803 (IF JCR 2020: 6,954 01 – SJR 2020: 1,368 01). <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114803> (AC/4, 10 citas, 10 citas/año)
- Cabrera-Sánchez, J.P.; Villarejo-Ramos, A.F.; Liébana-Cabanillas, F. & Shaikh, A.A. (2021 ). Identifying relevant segments of AI app adopters through expanding the UTAUT2's variables. *Telematics and Informatics*. (IF JCR 2020: 6,182 01 – SJR 2020: 1,567 01). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101529> (AC/3, 5 citas, 5 citas/año)
- Singh, S., Singh, N., Kalinic, Z., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: an extended perceived value theory of streaming addiction. *Expert Systems with Applications*, 40, 5439–5447. (IF JCR 2020: 6,954 01 – SJR 2020: 1,368 01). <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241> (AC/4, 17 citas, 17 citas/año)

- Higuera-Castillo, E., Guillén, A., Herrera, L.J. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Adoption of electric vehicles: Which factors are really important?. *International Journal of Sustainable Transportation*, 15(10), 799-813 (IF JCR 2020: 3,929 02 – SJR 2020: 1,254 01). <https://doi.org/10.1080/15568318.2020.1818330> (9 citas, 9 citas/año)
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: The moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 102404. (IF JCR 2020: 7,135 01 – SJR 2020: 1,568 01). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404> (9 citas, 9 citas/año)
- Carvajal-Trujillo, E., Molinillo, S., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). Determinants and risks of intentions to use mobile applications in museums: An application of fsOCA. *Current Issues in Tourism*. (IF JCR 2019: 4,147 01 – SJR 2019: 1,404 01). <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1780200> (AC/3, 6 citas, 6 citas/año)
- Higuera-Castillo, E., Kalinic, Z.; Marinkovic, V., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2020). A mixed analysis of perceptions of electric and hybrid vehicles. *Energy Policy*, 136(IF JCR 2019: 5,042 01 – SJR 2019: 2,168 01). <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.111076> (20 citas, 20 citas/año)
- Singh, N., Sinha, N., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205. (IF JCR 2019: 8,210 01 – SJR 2019: 2,881 01). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022> (AC/153 citas, 76,5 citas/año)
- Higuera-Castillo, E.; García-Maroto, I.; Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (2019). Evaluating consumer attitudes toward electromobility and the moderating effect of perceived consumer effectiveness. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 51, 387-398. (IF JCR 2019: 4,219 02 – SJR 2019: 1,338 01). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.07.006> (AC/4, 36 citas, 12 citas/año)
- Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & **Liébana-Cabanillas**, F., (2020). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 105980. (IF JCR 2019: 5,003 01 – SJR 2019: 2,173 01). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.004> (AC/4, 116 citas, 58 citas/año)
- Higuera-Castillo, E., Muñoz-Leiva, F., & **Liébana-Cabanillas**, F. J. (2019). An examination of attributes and barriers to adopt biomass and solar technology. A cross-cultural approach. *Journal of Environmental Management*, 236, 639-648. (IF JCR 2019: 4,219 02 – SJR 2019: 1,338 01). <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.02.022> (11 citas, 5,5 citas/año)
- Higuera-Castillo, E., **Liébana-Cabanillas**, F., Muñoz-Leiva, F., & Molinillo, S. (2019). The role of collectivism in modeling the adoption of renewable energies: a cross-cultural approach. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 1-18. (IF JCR 2019: 5,647 01 – SJR 2019: 1,321 01). <https://doi.org/10.1007/s13762-019-02235-4> (21 citas, 10,5 citas/año)
- Molinillo, S., Ruiz-Montañez, M., & **Liébana-Cabanillas**, F. (2019). User characteristics influencing use of a bicycle-sharing system integrated into an intermodal transport network in Spain. *International Journal of Sustainable Transportation*, 1-12. (IF JCR 2019: 2,709 02 – SJR 2019: 1,493 01). <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1576812> (AC/3, 13 citas, 6,5 citas/año)
- **Liébana-Cabanillas**, F., Molinillo, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question: Analysis of the determining factors for using

- NFC mobile payment systems in public transportation, *Technological Forecasting and Social Change*, 139, 266-276. (IF JCR 2019: 5,846 Q1 – SJR 2019: 1,815 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.012> (AC/3, 70 citas, 35 citas/año)
- Casado-Aranda, L.; Sánchez-Fernández, J. & **Liébana-Cabanillas**, F. (2018). A Neuropsychological Study on How Consumers Process Risky and Secure E-Payments. *Journal of Interactive Marketing*, 43, 151-164. (IF JCR 2018: 4,691 Q1 – SJR 2018: 2,807 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.03.001> (26 citas, 8,6 citas/año)
  - Muñoz-Leiva, F.; **Liébana-Cabanillas**, F. & Hernández-Méndez, J. (2018). Etourism advertising effectiveness: Banner type and engagement as moderators. *Journal of Services Marketing*, 32(4), 462-475. (IF JCR 2018: 4,691 Q1 – SJR 2018: 2,807 Q1). <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2017-0039> (17 citas, 5,6 citas/año)
  - **Liébana-Cabanillas**, F., Marinković, V., Ramos de Luna, I. R., & Kalinić, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting & Social Change*, 129, 117-130 (IF JCR 2018: 3,815 Q1 – SJR 2018: 1,422 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015> (AC/3, 187 citas, 62.3 citas/año)
  - Molinillo, S., **Liébana-Cabanillas**, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: Image and intention to visit. *Tourism Management*, 65, 116-130. (IF JCR 2018: 6,012 Q1 – SJR 2018: 2,924 Q1). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.021> (209 citas, 69,6 citas/año)

## C.2. Congresos

Ha participado en más de 120 Congresos Científicos, de las cuales más del 80% en eventos internacionales como: Global Marketing Conference – GAMMA, American Marketing Academy, European Marketing Academy Conference – EMAC, Academy of Marketing Conference, AEMARK y AIRSI, entre otros.

## C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado.

- Eco-innovación y sostenibilidad turística. UCE2018.02\_2021-04. Entidad financiadora: Unidad de Excelencia "Investigaciones Avanzadas en Economía y Empresa". IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 2.000 euros. Duración: 1-1-2022 al 31-12-2022- 24 meses.
- Comprensión del impacto y adopción del comercio social mediante técnicas de Big Data bajo un enfoque cognitivo-atencional. BSEJ209UGR18. Entidad financiadora: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018. IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 13.050 euros. Duración: 01/01/2020- 31/12/2021- 24 meses.
- Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural. ECO2017-88458-R. Entidad financiadora: [Plan Nacional I+D+i] Agencia Estatal de Investigación (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. IP: Salvador del Barrio García. Cuantía total: 37.510 euros. Duración: 01/01/2018- 31/12/2020- 36 meses.
- 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. Entidad financiadora [Proyectos de Investigación de Excelencia de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo]: Junta de Andalucía. IP: Juan Sánchez Fernández. Convocatoria 2012. Cuantía total: 64.745 euros. Duración: 01/01/2014 - 31/12/2016- 36 meses

- Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. SEJ-6768. Entidad financiadora [Proyectos de Excelencia]: Junta de Andalucía. IP: Francisco Montero Ríos. Cuantía total: 45.000 euros. Duración: 15/03/2011-15/03/2014- 36 meses
- Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva del neuromarketing. ECO2012-39576. Entidad financiadora: Plan Nacional de I+D+i. IP: Francisco Muñoz Leiva. Cuantía total: 29.250 euros. Duración: 01/02/2013 a 31/01/2016- 36 meses

#### **C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados**

- Desarrollo del proyecto de investigación sobre la elaboración de estudios de público, gestión turística y repercusión socioeconómica. Entidad Financiadora: Patronato de la Alhambra y Generalife. Junta de Andalucía. IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 144.000 euros. Duración: 01/09/2017- 01/09/2021- 48 meses
- Análisis de expectativas y medición de la satisfacción de los visitantes a la Alhambra y Generalife, Doble de Oro, Museos y resto de actividades propuestas por el Patronato de la Alhambra y Generalife. Entidad Financiadora: Patronato de la Alhambra y Generalife. Junta de Andalucía. IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 36.000 euros. Duración: 01/04/2016- 01/04/2017- 12 meses
- Investigación sobre la situación del Autónomo español. Entidad financiadora: Infoautónomos, S.L. IP: **Francisco Liébana Cabanillas**. Cuantía total: 3.000 euros. Duración: 01/01/2018- 31/12/2018- 12 meses
- Análisis de los cambios en el comportamiento en los hábitos de compra en el comercio interior de Andalucía 2016. Entidad Financiadora: Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Junta de Andalucía. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Cuantía total: 16.970 euros. Duración: 01/12/2016- 31/08/2017- 9 meses
- Análisis y propuestas de mejora del sistema de ayuda para el uso del Transporte público para discapacitados visuales. Entidad financiadora: Empresa Municipal de Transporte de Málaga. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Cuantía total: 6.000 euros. Duración: 01/11/2016- 31/07/2017- 8 meses