

CURRICULUM VITAE ABREVIADO (CVA)

Fecha del CVA 23/08/2023

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	ÁNGEL FRANCISCO		
Apellidos	VILLAREJO RAMOS		
Sexo (*)	VARÓN	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email	curro@us.es	URL Web	www.currovillarejo.com
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0002-6916-2839		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	11/04/2022		
Organismo/ Institución	Universidad de Sevilla		
Departamento/ Centro	Departamento Administración de Empresas y Marketing		
País	España	Teléfono	
Palabras clave	BRANDING, ONLINE SERVICES, ITC, ELDERLY, DIGITAL MARKETING		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con lo indicado en la convocatoria, indicar meses totales)

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2008-2022	Profesor Titular Universidad/Universidad de Sevilla/España/promoción
1998-2008	Profesor Titular EU/Universidad de Sevilla/España/promoción
1994-1998	Profesor Asociado/Universidad de Sevilla/España/promoción

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Sevilla	2001
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	Universidad de Sevilla	1991

Parte B. RESUMEN DEL CV

Investigador Principal del Proyecto de Excelencia (Junta de Andalucía) "Sociedad de la información en colectivos emergentes en Andalucía: e-inclusión & e-accesibilidad" (2009-2013), e investigador en otros proyectos competitivos. Investigador Responsable Grupo de Investigación, SEJ-634 "Marketing Analítico y Digital". Investigador responsable del convenio de colaboración firmado con el Aula de la Experiencia de la Universidad de Sevilla (2011-2015) para el desarrollo de investigaciones sobre la aceptación y uso de TIC en la población de mayores de 50 años. Miembro fundador (noviembre 2017) del Instituto de Investigación en Economía y Negocios "Tomás de Mercado" de la Universidad de Sevilla (IUSEN).

Tres sexenios de Investigación concedidos en las convocatorias de 2009, 2015 y 2021. **7 artículos de primer decil (JCR/SJR). 28 artículos JCR-SJR.**

Según Google Scholar, el autor tiene **un índice h de 20** (20 publicaciones citadas más de 20 veces), y un **índice i10 de 36** (36 publicaciones se han citado más de 10 veces en los últimos cinco años) con un total de **2328 citas** (dos artículos con más de 300 citas). En Research Gate un **h-index 17** y **1289 citas**. En ResearcherID (Publons-Clarivate Analytics) **518 citas WOS** (dos artículos con más de 100 citas), **18.36 citas promedio** (por encima de las citas promedio de Economics & Business, 10.0 y de Social



Sciences, 8.01) y **h-index de 12**. En Scopus, **697** (502+190 de documentos secundarios), **18.27 citas promedio y h-index 13**.

Una tesis doctoral dirigida (2019). Tesis por compendio, calificación Sobresaliente Cum Laude.

Dirigiendo dos tesis doctorales en la actualidad.

Publicaciones en revistas nacionales e internacionales de alto impacto (JCR y SJR) en el ámbito del marketing, comunicación, educación y TIC, así como numerosas aportaciones a congresos nacionales e internacionales. Las principales líneas de investigación se han centrado en varios campos: a) branding, con publicaciones en *Journal of Brand Management*, *Journal of Product & Brand Management*, *European Research on Management and Business Economics*, *European Journal of Management and Business Economics*, *ESIC-Market*, entre otras; b) calidad de servicio y comportamiento del consumidor, en *BRQ-Business Research Quarterly*, *Service Industries Journal*, entre otras; c) innovación educativa, en revistas como *Computers & Education*, *Revista Española de Pedagogía*; y d) TIC, marketing digital, turismo y mayores, publicando en *Information & Management*, *Journal of Business Research*, *Revista COMUNICAR*, *Behaviour & Information Technology*, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, *Kybernetes*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *Telematics & Informatics*, *Universal Access of Information Society*, *Marketing Intelligence and Planning*, *Frontiers in Psychology*, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *Journal of Decision Systems*, *Information Research*, *Revista de Administração de Empresas*, *Revista INNOVAR*, entre otras.

Ponencias defendidas en congresos internacionales como European Marketing Academy Congress (EMAC), World Business Congress (IMDA), World Marketing Congress (AMS), International Conference E-Commerce (IADIS), International Marketing Conference AEMARK, International Congress of Marketing Trends, World Conference on Educational Sciences (WCES), World Scientific and Engineering Academy Society (WSEAS), International Conference on Education and New Learning Technologies, World Conference on Learning, Teaching and Educational Leadership, entre otros.

Revisor en revistas JCR como *Journal of Retailing and Consumer Services*, *Service Industries Journal*, *Kybernetes*, *Journal of Organizational Change Management*, *Revista de Administração de Empresas*, *Marketing Intelligence and Planning*, *European Journal of Management & Business Economics*, *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*; ESCI-SJR como *International Journal of Wine Business Research*, *Cuadernos de Gestión*; SJR como, *European Research of Management and Business Economics*, *Spanish Journal of Marketing*, *Revista Innovar*, *Revista Galega de Economía*, *Revista Empresa y Humanismo*; y en congresos nacionales e internacionales del área: Congreso Nacional AEDEM, Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Congreso Internacional de Marketing AEMARK e International Congress Marketing Trends. Fue secretario general del XXIX International Marketing Conference AEMARK 17.

Ha sido profesor invitado en posgrado y máster en la Universidad de Santiago de Compostela, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad San Jorge (Zaragoza), Universidad Pablo de Olavide (Sevilla) y Universidad de Granada. Profesor en el programa binacional CADRE (Comercio Administración y Desarrollo de las Relaciones Económicas) entre la Universidad de Sevilla y la Université Haute-Alsace con estancias docentes en Colmar (Francia). Estancia de investigación (2019-2020) en Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade da Beira Interior (Covilhã, Portugal).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES -

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con “peer review” y conferencias (ver instrucciones).

1) Higuera-Castillo, E.; Liébana-Cabanillas, F.; **Villarejo-Ramos, Á. F.**; (2023). Intention to Use E-Commerce vs Physical Shopping. Difference between Consumers in the Post-Covid Era. **Journal of Business Research**.157, 113622, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113622>

JCR: 10.969 (2021) Q1; Business - SSCI (17/154)

SJR: 2.316 (2021) Q1; Marketing (19/203) D1

2) **Villarejo-Ramos, A.F.**; Cabrera-Sánchez, J.P.; Lara-Rubio, J.; Liébana-Cabanillas, F. (2021). Predicting Big Data Adoption in Companies with an Explanatory and Predictive Model. **Frontiers in Psychology**, 12, 651398. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.651398>

JCR: 4.232 (2021) Q1; Psychology-SSCI (35/147)



SJR: 0.87 (2021) Q1; Psychology (miscellaneous) (67/276)

3) Cabrera-Sánchez, J.P.; **Villarejo-Ramos, A.F.**; Liébana-Cabanillas, F.; Shaikh, A. (2021) Identifying relevant segments of AI applications adopters - Expanding the UTAUT2's variables. **Telematics & Informatics**, 58 (May), 101259. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101529>

JCR: 9.140 (2021) Q1; Information Sciences and Library-SSCI (4/84) D1

SJR: 1.69 (2021) Q1; Communication (29/458) D1

4) Cabrera-Sánchez, J.P; Ramos-de-Luna, I; Carvajal-Trujillo, E.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2020). Online Recommendation Systems: Factors Influencing Use in E-Commerce. **Sustainability**, 12 (21), 8888. <https://doi.org/10.3390/su12218888>

JCR: 3.251 (2020) Q2; Environmental Studies-SSCI (60/125)

SJR: 0.61 (2020) Q2; Management, Monitoring, Policy and Law (133/389)

5) Liébana-Cabanillas, F.; Carvajal-Trujillo, E.; **Villarejo-Ramos, Á. F.**; Higuera-Castillo, E. (2020). Antecedents of the intention to use NFC mobile applications in tourism. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, 11 (2), 369-383. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2019-0048>.

JCR: 4.26 (2020) Q2; Hospitality, Leisure, Sport and Tourism (23/58)

SJR: 0.97 (2020) Q1; Information Systems (53/1162) D1

6) Lara-Rubio, J.; **Villarejo-Ramos, A.F.**; Liébana-Cabanillas, F. (2020). Explanatory and Predictive Model of the Adoption of P2P Payment Systems. **Behaviour & Information Technology**. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1706637>

JCR: 3.086 (2020) Q2; Computer science (8/23)

SJR: 0.64 (2020) Q1; Social Sciences (127/592)

7) Cabrera-Sánchez, J.P.; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2020). Acceptance and Use of Big Data Techniques in Services Companies. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 52 (January) <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101888>

JCR: 7.135 (2020) Q1; Business (32/153)

SJR: 1.57 (2020) Q1; Marketing (31/194); Business, Management and Accounting (165/1742) D1

8) Peral-Peral, B., **Villarejo-Ramos, Á.F.**; Arenas-Gaitán, J. (2019). Self-efficacy and anxiety as determinants of older adults' use of Internet Banking Services. **Universal Access in the Information Society**, 19(4), 825-840 <https://doi.org/10.1007/s10209-019-00691-w>.

JCR: 1.815 (2019) Q2; Computer science (10/22)

SJR: 0.49 (2019) Q2; Information System (145/684)

9) Arenas-Gaitán, J., **Villarejo-Ramos, Á.F.**; Peral-Peral, B. (2019). A posteriori segmentation of elderly internet users: Applying PLS-POS. **Marketing Intelligence and Planning**, 38 (3), 340-353. <https://doi.org/10.1108/MIP-01-2019-0057>

JCR: 2.164 (2019) Q3; Business (96/152)

SJR: 0.62 (2019) Q2; Marketing (72/195)

10) Cabrera-Sánchez, J-P-, **Villarejo-Ramos, A.F.** (2019). Factors Affecting the Adoption of Big Data Analytics in Companies. **RAE. Revista de Administração de Empresas (Journal of Business Management)**, 59(6), 413-427. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020190607>

JCR: 0.472 (2019) Q4; Business (147/152)

SJR: 0.22 (2019) Q3; Marketing (133/195)

11) **Villarejo-Ramos, Á.F.**, Peral-Peral, B. Arenas-Gaitán, J. (2019). Latent segmentation of older adults in the use of social networks and e-banking services. **Information Research**, 24(4), paper 841. Retrieved from <http://InformationR.net/ir/24-4/paper841.html>

JCR: 0.763 (2019) Q4; Information Science (67/87) Q3 (periodo 2015-2019)

SJR: 0.45 (2019) Q2; Library and Information Sciences (73/248)

12) Liébana-Cabanillas, F.; Corral-Hermoso, J.A.; **Villarejo-Ramos, A.F.**; Higuera-Castillo, E. (2018). New social consumer? Determining factors of Facebook Commerce. **Journal of Decision Systems**, 27 (4), 213-237. <https://doi.org/10.1080/12460125.2019.1592990>

SJR: 0.313 (2018) Q2; Management Information System (44/107)

Emerging Sources Citation Index-ESCI

13) **Villarejo-Ramos, Á.F.**; Peral-Peral, B; Arenas-Gaitán, J. (2018). Usage of online services by elderly people: an analysis of internet banking. **Aula Abierta**, 47 (1), 97-106. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.1.2018.97-106>



SJR: 0.323 (2018) **Q3; Education** (595/1222)

Emerging Sources Citation Index-ESCI

14) Sánchez-Franco, Manuel. J.; Muñoz Expósito, M.; **Villarejo-Ramos, Á. F.** (2017). A knowledge structures exploration on social network sites. **Kybernetes**, 46 (5), 818-839. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1108/K-01-2016-0013>

JCR: 0.980 (2017) **Q3; Computer Science** (16/22)

SJR: 0.29 (2017) **Q2; Social Sciences (miscellaneous)** (204/670)

15) Plaza-Lora, A; **Villarejo-Ramos, A.F.** (2017). Hedonic and Utilitarian Effects of the Adoption and Use of Social Commerce. En **Cooperative and Networking Strategies in Small Business**. Springer (ISBN: 978-3-319-44508-3), Cham (Suiza), pp.155-173.

DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-44509-0_9

Indexing in **SCOPUS**.

Springer: **ICEE 8.021** (posición 1/62 Ranking **Scholarly Publishers Indicators** en Economía)

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

1) Referencia del proyecto: **P09-SEJ-4568**

Título: Sociedad de la Información en Colectivos Emergentes en Andalucía: e-Inclusión y e-Accesibilidad

Investigador principal: Ángel Francisco Villarejo Ramos

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 03/02/2010-03/02/2014

Financiación recibida (en euros): 48000

2) Referencia del Proyecto: **P10-SEJ-5801**

Título: Calidad Relacional, Inmersión Digital y Bienestar Social desde una Perspectiva de Género. Una Aplicación de las Redes Sociales Online en la Mujer Rural Andaluza

Investigador principal: Manuel J. Sánchez Franco

Entidad financiadora: PROYECTO DE EXCELENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 15/03/2011-15/03/2015

Financiación recibida (en euros): 50000

3) Referencia del Proyecto: **P20_00587**

Título: Sostenibilidad de las Relaciones Electrónicas entre la Administración y el Ciudadano: Aplicaciones en Salud y Educación. (SOREAC)

Investigador principal: Jorge Arenas Gaitán

Entidad financiadora: PAIDI 2020: Proyectos I+D+i. JUNTA DE ANDALUCÍA

Duración: 05/10/2021-31/12/2022

Financiación recibida (en euros): 30000

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

1. Perspectivas de atracción para la inversión en la provincia de Sevilla. ([4730/1197](#)) **Investigador Principal**
2. Estudio-investigación sobre la valoración de los socios y aficionados del Real Betis Balompié a la gestión y el funcionamiento del club como entidad social y deportiva. ([1861/0664](#)) **Investigador Principal**
3. Realización de un estudio-investigación sobre el perfil y las percepciones del socio y/o aficionado del Real Betis Balompié. ([1521/0577](#)) **Investigador Principal**
4. Cátedra Metropol-Parasol de Gestión de Espacios Turísticos y de Ocio ([1795/0644](#) - Investigador)



5. Patrocinio de la Cátedra de Emprendedores por parte de Andalucía Emprende, FPA. ([0715/0014](#) - Investigador)
6. Asesoramiento técnico en materia de elaboración de programas de eficiencia y economía en la gestión de los recursos públicos de la administración de la Junta de Andalucía (1249/0142 - Investigador)