

Yolanda Polo Redondo

CONTACTO

Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza.

Dirección: Facultad de Economía y Empresa. Campus Paraíso. Gran Vía, 2. CP: 50.005, Zaragoza

Teléfono Interno: 1834

Teléfono Externo: 976 761 834

Fax: 976 766 717

E-mail: ypolo@unizar.es

CURRÍCULUM VITAE ABREVIADO

DATOS PROFESIONALES:

Categoría: Catedrática de Universidad (desde agosto de 1992)

Área de Conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados.

Centro: Facultad de CC. Económicas y Empresariales.

Departamento: Dirección de Marketing e Investigación de Mercados.

ACTIVIDAD DOCENTE:

Su actividad docente se ha desarrollado íntegramente en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza, donde ha impartido regularmente docencia en los tres ciclos. Tiene reconocidos seis quinquenios de docencia.

Ha participado en numerosos seminarios y master en distintas universidades y ha colaborado activamente en la preparación de ciclos formativos para diversas instituciones y empresas.

Ha coordinado dos Estudios Propios en la Universidad de Zaragoza: el Post-grado "Economía de la Distribución Comercial" desde 1990 hasta 1995, y el Master en "Comunicación de Empresa y Publicidad" desde 2002 hasta 2012; y dirigió en el período 1998-2003 el Master de Marketing y Gestión Comercial organizado por la Universidad de Zaragoza y el club de Marketing de esta ciudad.

ACTIVIDAD INVESTIGADORA:

Evaluación positiva de los seis sexenios de investigación solicitados. Período (1982-2017).

Evaluación positiva del primer tramo de transferencia solicitado.

Principales Líneas de Investigación: Gestión de las relaciones con el cliente, Marketing de Experiencias, Multicanalidad, Adopción y difusión de nuevas tecnologías, Análisis estratégico del sector bancario español, Distribución comercial, Desarrollo de nuevos productos, Comercialización de servicios básicos y Comercio electrónico.

Proyectos de Investigación: Desde 1985 ha participado regularmente, como investigadora principal, en más de 30 proyectos de investigación de convocatorias públicas y privadas (Ministerio de Ciencia y Tecnología, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Educación y Ciencia, CICYT, Ministerio de Asuntos

Sociales, Fundación del Banco Exterior, Fundación FIES o Fundación de Economía Aragonesa). Es también investigadora principal del Grupo de Investigación de Excelencia "Generés", reconocido por el Gobierno de Aragón, que cuenta con una veintena de miembros.

Publicaciones: Ha publicado sus investigaciones en algo más de 20 libros y más de 200 artículos en distintas revistas nacionales e internacionales, entre las que destacan: Journal of Academy of Marketing Science, Strategic Management Journal, Journal of Service Research, Journal of Interactive Marketing, Research Policy, Supply Chain Management, Journal of Business Ethics, Industrial Marketing Management, European Journal of Marketing, Journal of Marketing Management y Technovation.

Conferencias y Congresos: Ha dictado conferencias e impartido cursos monográficos en la mayoría de universidades españolas y ha presentado alrededor de 150 comunicaciones y ponencias en otros tantos Congresos nacionales e internacionales.

Tesis Doctorales dirigidas: Ha dirigido 14 tesis doctorales, cinco de las cuales han sido reconocidas con el Premio Extraordinario y tres de ellas con el premio a la mejor Tesis Doctoral leída en el área de Comercialización e Investigación de Mercados. En este momento se encuentra dirigiendo una tesis sobre relaciones B2B.

Otras Actividades de Investigación: Desde enero de 2001 hasta diciembre de 2004 fue editora de la Revista Española de Investigación de Marketing y más tarde lo fue de Cuadernos Aragoneses de Economía. Ha sido miembro del Consejo de Redacción de diferentes revistas como Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, Revista de Marketing Público y no lucrativo, Universia Business Review y Revista Española de Investigación de Marketing. Es miembro del Consejo Editor de las Prensas Universitarias de la Universidad de Zaragoza.

Ha sido Presidenta del Comité Organizador de los VIII Encuentros de Profesores de Marketing y de las II Jornadas Internacionales de Marketing Público y no Lucrativo. Ha pertenecido al Comité Científico de numerosos congresos nacionales e internacionales.

Ha sido Presidenta de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE) y miembro de la Asociación Europea de Economía y Dirección de Empresas.

GESTIÓN UNIVERSITARIA:

Ha sido Gestora de Economía del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (2008-2011), dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología (Enero 2009-Diciembre 2011).

Ha formado parte de la Comisión de Acreditación de Cátedras para las áreas de Economía, Ciencias Jurídicas y Sociales, durante los años 2010-2012.

Desde 2004 y hasta 2014 ha formado parte del Consejo Asesor en materia de Investigación, Desarrollo e Innovación (CONAID) del Gobierno de Aragón.

Ha ocupado distintos puestos en su universidad. Ha sido desde 1993 a 1998 y desde 2002 hasta 2004 Directora del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Zaragoza. Fue Vicedecana de Ordenación Académica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de 1990 a 1993. Es miembro de la Junta de Facultad, y ha pertenecido a las comisiones de Ordenación Docente, de Contratación, de Control y Evaluación de la Docencia (de la que fue Presidenta durante 5 años), del Plan de Estudios y del Plan Estratégico de la Universidad. Forma parte del Claustro de la Universidad desde el año 1993 y ha pertenecido a la Comisión de Elaboración de Estatutos de dicha Universidad y a la Subcomisión de Docencia e Investigación. Ha

sido Vicepresidenta del Claustro de la Universidad de Zaragoza durante los años 2013-2016. Desde 2016 y hasta la actualidad es Vicerrectora de Cultura y Proyección Social de la Universidad de Zaragoza.

INVESTIGACIÓN

Una selección de publicaciones:

Lucia-Palacios, L. Pérez-López, R., Polo-Redondo, Y. (2020). "Does stress matter in mall experience and customer satisfaction?", *Journal of Services Marketing*, Vol 34 (2), pp. 177-191.

Lucia-Palacios, L. Pérez-López, R., Polo-Redondo, Y. (2020). "How situational circumstances modify the effects of frontline employees' competences on customer satisfaction with the store", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 52, 101905.

Lucia, L., Pérez-López, R. y Polo-Redondo, Y. (en prensa). "Environmental Excitement and Customer-related Characteristics: Incidental Moods, Gender and Frequency of Visit A Study of Young Shoppers", *Journal of Strategic Marketing*, disponible online.

Lucia, L., Pérez, R. y Polo, Y. (2018), "Can social support alleviate stress while shopping in crowded retail environments?", *Journal of Business Research*, Vol. 90, 141-150 .

Petersen, J. A., Kumar, V., Polo, Y. y Sesé, F. J. (2018), "Unlocking the power of marketing: understanding the links between customer mindset metrics, behavior, and profitability", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 46 (5), 813-836.

Polo, Y. y Sesé, F. J. (2016), "Does the Nature of the Interaction Matter? Understanding Customer Channel Choice for Purchases and Communications," *Journal of Service Research*, Vol. 19 (3), 276-290.

Lucia, L., Bordonaba, V., Polo, Y. y Grünhagen, M. (2016), "Complementary IT resources for enabling technological opportunism", *Information & Management* , Vol. 53 (5), 654-667.

Lucia, L., Pérez, R. y Polo, Y. (2015). "Enemies of cloud services usage: inertia and switching costs", *Service Business*, Vol. 10(2), 447-467.

Lucia-Palacios, L. Pérez-López, R. y Polo-Redondo, Y. (2016) "Cognitive, affective and behavioural in mall experience: a qualitative approach" , *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 44(1), 4-21.

Bordonaba, V., Grünhagen, M., Lucia, L. y Polo, Y. (2014) "Technological opportunism effects on IT adoption, intra-firm diffusion and performance: evidence from the U.S. and Spain", *Journal of Business Research*, Vol.67, 1178-1188.

Bordonaba, V., Lucia, L., Polo, Y. y Grünhagen., M. (2014) "E-business implementation and performance: analysis of mediating factors", *Internet Research*, Vol.24(2), 223-245.

Cambra, J., Fuster, A., López, M., Polo, Y. y Wilson, A. (2013), "When do firms implement CSR? A study of the Spanish construction and real state sector", *Journal of Management and Organization*, Vol.19, 150-166.

Polo, Y. y Sesé, J. (2013) "Strengthening Customer Relationships: What Factors Influence

Customers to Migrate to Contracts?", **Journal of Service Research**, Vol. 16(2), 138-154.

Cambra, J., Fuster, A., Hart, S. y Polo, Y. (2012), "Market and learning orientation in times of turbulence: relevance questioned? An analysis using a multi case study", **International Journal of Methodology**, Vol. 46, 855-871.

Fuentelsaz, L., Maicas, J.P., Polo, Y. (2012). "Switching Costs, Network Effects and Competition in the European Mobile Telecommunications Industry". **Information Systems Research**, Vol. 23 (1), 93-108.

Bordonaba, V., Lucia, L. y Polo, Y. (2011) "An analysis of Franchisor Failure Risk: Evidence from Spain", **Journal of Business and Industrial Marketing**, Vol.26, 407-420.

Cambra, J., Hart, S., Fuster, A. y Polo, Y. (2011), "Looking for performance: How innovation and strategy may affect market orientation models", **Innovation Management, Policy and Practice**, Vol.12, 154-172.

Polo, Y.; Sesé, J. y Verhoef, P.C. (2011) "The Effect of Pricing and Advertising on Customer Retention in a Liberalizing Market," **Journal of Interactive Marketing**, Vol.25 (4), 201-214.

Polo, Y. y Sesé, J. (2009), "How to Make Switching Costly: The Role of Marketing and Relationship Characteristics," **Journal of Service Research**, Vol.12 (2), 119-137.

Maicas, J.P., Polo, Y. y Sesé, J. (2009) "The Role of Personal Network Effects and Switching Costs in Determining Mobile Users' Choice," **Journal of Information Technology**, Vol.24 (2), 160-171.

Maicas, J.P., Polo, Y. y Sesé, J. (2009) "Reducing the Level of Switching Costs in Mobile Communications: The Case of Mobile Number Portability," **Telecommunications Policy**, Vol.33 (9), 544-554.

Fuentelsaz, L., Maicas, J.P. y Polo, Y. (2008) "The Evolution of Mobile Communications in Europe: The Transition from the Second to the Third Generation" **Telecommunications Policy**, Vol.32(6), 436-449.

Cambra, J. y Polo, Y. (2008) "Educational level as a moderating element of long-term orientation of supply relationships". **Journal of Marketing Management**, Vol. 24 (3-4), 383-408.

Cambra, J. y Polo, Y. (2008) "Influence of the standardization of a firm's productive process on the long-term orientation of its supply function: an empirical study". **Industrial Marketing Management**, Vol.37 (4), 407-420.

Cambra, J.; Polo, Y. y Wilson, A. (2008) "The influence of an organization's corporate values on employees personal buying behaviour", **Journal of Business Ethics**, Vol. 81 (1), 157-167.

Cambra, J.; Hart, S. y Polo, Y. (2008) "Environmental respect: ethics or simply business? A study in the small and medium enterprise context", **Journal of Business Ethics**, Vol. 82(3), 645-656.

Chernatony de, L.; Martínez, E. y Polo, Y. (2008) "Effect of brand extension strategies on brand image: a comparative study of the UK and Spanish markets", **International Marketing Review**, Vol. 25(1), 107-137.

Cambra, J. y Polo, Y. (2008) "Creating Satisfaction in the demand-supply chain: the buyers' perspective". **Supply Chain Management: an International Journal**, Vol.13 (3), 211-224.

Cambra, J. y Polo, Y. (2007) "Importance of company size in long-term orientation of supply function: an empirical research". **Journal of Business and Industrial Marketing**, Vol.22 (4), 236-248, Atlanta (USA).

Jiménez, J. y Polo, Y. (2004) "The Influence of EDI Adoption over its Perceived Benefits" **Technovation** (*The International Journal of Technological Innovation, Entrepreneurship and Technology Management*), Vol. 24, 73-80. United Kingdom.

Fuentelsaz, L.; Gómez, J. y Polo, Y. (2003) "Intrafirm Diffusion of New Technologies: an empirical application" **Research Policy**, Vol. 32, 533-551. Elsevier Science B.V. North Holland.

Fuentelsaz, L.; Gómez, J. y Polo, Y. (2002) "Followers Entry Timing: Evidence from the Spanish Banking Sector". **Strategic Management Journal**, Vol.23 (3), 245-264.

Jiménez, J. y Polo, Y. (2001) "Key variables in the EDI Adoption by Retail Firms". **Technovation**, Vol.21(6), 385-394.

Jiménez, J. y Polo, Y. (1999) "Kalman Filtering as a Tool to Study the Technological Substitution in the Telecommunications Sector". **Technovation**, Vol.19 (12), 735-747.

Jiménez, J. y Polo, Y. (1998) "International Diffusion of a New Tool: The Case of Electronic Data Interchange (EDI) in the Retailing Sector". **Research Policy**, Vol. 26 (7-8), 811-827.

DOCENCIA

Asignaturas impartidas:

- Dirección Comercial I (5º DADE)
- Dirección Comercial I (3º GADE y 3º LADE)

Curso 2018/19:

Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing:

- Bases Teóricas en Marketing