

## CURRICULUM VITAE

Apellidos: Frías Jamilena  
Nombre: Dolores María  
DNI: 52532068E

---

### SITUACIÓN PROFESIONAL ACTUAL

---

Organismo: Universidad de Granada  
Depto./Secc./Unidad estr.: Comercialización e Investigación de Mercados  
Dirección postal: 18071  
Teléfono: 633372202  
Correo electrónico: dfrias@ugr.es  
Categoría profesional: Catedrática de Universidad  
Dedicación: Tiempo completo

---

### SEXENIOS DE INVESTIGACIÓN

---

1. Primer sexenio reconocido por la CNEAI: 2002-2008
2. Segundo sexenio reconocido por la CNEAI: 2009-2014

---

### PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE I+D+i FINANCIADOS EN CONVOCATORIAS PÚBLICAS

---

Título: El efecto de las recomendaciones en el comportamiento del turista y en el valor de marca del destino

Entidad Financiadora: Ministerio de Economía y competitividad

Referencia: EC02015-65306-R

Investigador principal: Miguel Ángel Rodríguez Molina y José Alberto Castañeda García

Duración: Desde: 01/01/2016 Hasta: 31/12/2018

Título: Estrategias de comunicación en redes sociales virtuales para el sector hotelero en Andalucía. Una perspectiva cross-cultural.

Entidad Financiadora: Consejería de Economía, Innovación y Ciencia (Junta de Andalucía)

Referencia: P12-SEJ-2592

Investigador principal: Salvador del Barrio García

Duración: Desde: 30/01/2014 Hasta: 30/01/2017

Título: Contribución de Internet al posicionamiento de España como destino turístico

Entidad Financiadora: Ministerio de Economía y competitividad

Referencia: ECO2012-39217

Investigador principal: Dolores M. Frías Jamilena

Duración: Desde: 01/01/2013 Hasta: 31/12/2016

Título: Contribución de Internet al valor de la marca Andalucía como destino turístico

Entidad Financiadora: Consejería de Economía, Innovación y Ciencia (Junta de Andalucía)

Referencia: P11-SEJ-8104

Investigador principal: Dolores M. Frías Jamilena

Duración: Desde: 27/03/2013 Hasta: 26/03/2017

Título: Análisis de la contribución de los e-destinos a la creación de valor en el sector del turismo cultural.

Entidad Financiadora: Campus de Excelencia de Investigación Biotic (Universidad de Granada)

Referencia: CEI2013-P-18

Investigadores principales: José A. Castañeda y Miguel A. Rodríguez

Duración: Desde: 01/01/2013 Hasta: 31/12/2013

Título del Proyecto: Análisis de la contribución de los dispositivos inteligentes al cuidado de la salud y a la práctica deportiva a través del valor aportado a sus usuarios

Entidad Financiadora: Universidad De Granada

Referencia: CEI2015-MP-TIC16

Investigador principal: Ana Isabel Polo Peña

Duración: Desde: 01/01/2015 Hasta: 31/12/2015

Título: Internet, comercialización turística y desarrollo en Andalucía

Entidad Financiadora: Consejería de Economía, Innovación y Ciencia (Junta de Andalucía)

Referencia: P06-SEJ-2170

Investigador principal: Teodoro Luque Martínez

Duración: Desde: 01/10/2006 Hasta: 31/03/2010

---

#### ARTÍCULOS EN REVISTAS INDEXADAS EN SSCI O EN EL SCI

---

- Frías-Jamilena, D.M., Castañeda-García, J.A., Del Barrio- García, S. (2018). Self congruity and motivations as antecedents of destination perceived value: The moderating effect of previous experiencia. *International Journal of Tourism Research*. (En prensa). Q2/2.449
- Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, A., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). The effect of Cultural Intelligence on consumer-based destination brand equity. *Annals of Tourism Research*, 72, 22-36. Q1/5.086
- Ruiz-Alba, J, Soares, A, Rodríguez-Molina, M., Frías-Jamilena, D. (2018). Servitization strategies from customers' perspective: the moderating role of co-creation. *Journal of Business and Industrial Marketing*. (En prensa). Q3/1.833
- Frías-Jamilena, D.M., Sabiote-Ortiz, A., Martín-Santana, J.D. y Beerli-Palacio, A. (2018). Antecedents and consequences of cultural intelligence in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 350-358. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.07.006>. Q1/3.667
- Frías-Jamilena, D.M., Polo-Peña, A.I., Rodríguez-Molina, M.A. (2017). The Effect of Value-Creation on Consumer-Based Destination Brand Equity. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1011–1031. Q1/5.169
- Medina Quero, J.; Ruiz Lozano, M.D., Castañeda-García, J.A., Rodríguez-Molina, M.A., Frías-Jamilena, D.M., (2017). A dynamic fuzzy temporal clustering for imprecise location streams. *International Journal of Uncertainty, Fuzziness and Knowledge-Based System*, 25 (3), 409–426. Q3/1.506
- Polo-Peña, A.I., Frías-Jamilena, D.M., Rodríguez-Molina, M.A. (2017). The effects of perceived value on loyalty: the moderating effect of market orientation adoption. *Service Business*, 11 (1), 93-116. Q2/1.812
- Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2016). The effect of customer orientation on smaller-sized service firms and on the market. A multi-level application embracing firms and customers. *Journal of Small Business Management*, 54, 566 -581. Q1/2.876
- Sabiote, C.M.; Frías, D.M.; Castañeda, J. A. (2016). Overall Perceived Value of a Tourism Service Delivered via Different Media: A Cross-Cultural Perspective. *Journal of Travel Research*, 55, 34 -51. Q1/4.564
- Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A.; Rey, J.M. (2016).Online Marketing Strategy and Market Segmentation in the Spanish Rural Accommodation Sector. *Journal of Travel Research*, 55, 362 -379. Q1/4.564

- Rodríguez, M.A.; Frías, D.M.; Castañeda, J. A. (2015). The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement. *Tourism Management*, 47, 303-317. Q1/3.14
- Polo Peña, A.I.; Chica Olmo, J.; Frías Jamilena, D.M.; Rodríguez Molina, M.A. (2015). Market Orientation Adoption among Rural Tourism Enterprises: The Effect of the Location and Characteristics of the Firm. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 54-65. Q3/1.106
- Polo Peña, A.I.; Frías Jamilena, D.M.; Rodríguez Molina, M.A., Chica Olmo, J. (2015). Rural lodging establishments: effects of location and internal resources and characteristics on room rates. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 17(1), 91-111. Q2/1.235
- Polo Peña, A.I.; Frías Jamilena, D.M.; Castañeda García, J.A. (2015). Market orientation and business results among small-scale service firms. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28, 135 –166. Q4/0.25
- Polo Peña, A.I.; Frías Jamilena, D.M.; Rodríguez Molina, M.A. (2014). Value co-creation via information and communications technology. *The Service Industries Journal*, 34(13), 1043-1059. The Service Industries Journal Best Paper Award 2014: Honourable Mentions. Q3/0.832
- Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2013). Market orientation as a strategy for the rural tourism sector. Its effect on tourist behavior and the performance of enterprises. *Journal of Travel Research*, 52(2), 225-239. Q1/1.884
- Sabiote, C.M.; Frías, D.M.; Castañeda, J. A. (2013). The moderating effect of culture on overall perceived value in the online purchasing process. *Service Business*, 7, 83-102. Q3/0.878
- Polo, A.I.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2013). Impact of customer orientation and ICT use on the perceived performance of rural tourism enterprises. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30, 272-289. Q3/0.695
- Rodríguez, M.A.; Frías, D.M.; Castañeda, J.A. (2013). The moderating role of past experience in the formation of a tourist destination's image and in tourists' behavioural intentions. *Current Issues in Tourism*, 16 (2), 107-127. Q3/0.958
- Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2013). Antecedents of loyalty toward rural hospitality enterprises: The moderating effect of the customer's previous experience. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 127-137. Q1/1.837
- Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2013). The effect of a destination branding strategy for rural tourism on the perceived value of the conservation of the indigenous resources of the rural tourism destination: the case of Spain. *Current Issues in Tourism*, 16 (2), 129-147. Q3/0.958
- Frías, D.M.; Del Barrio, S.; López, L. (2013). Determinants of satisfaction with holidays and hospitality in rural tourism in Spain: the moderating effect of tourists' previous experience. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 294-307. Q2/1.65
- Frías, D.M.; Rodríguez, M.A.; Castañeda, J.A.; Sabiote, C.M.; Buhalis, D. (2012). The Formation of a Tourist Destination's Image via Information Sources: the Moderating Effect of Culture. *International Journal of Tourism Research*, 14, 437-450. Q3/0.861
- Polo, A.I.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2012). Validation of a market orientation adoption scale in rural tourism enterprises. Relationship between the characteristics of the enterprise and extent of market orientation adoption. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 139-151. Q1/1.692
- Sabiote, C.M.; Frías, D.M.; Castañeda, J. A. (2012). The moderating effect of uncertainty-avoidance on overall perceived value of service purchased online. *Internet Research*, Vol. 22(2), 180-198. Q2/1.5
- Polo, A.I.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2012). Perceived value of the rural tourism stay, and its effect on rural tourist behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (8), 1045-1065. Q1/3

- Sabiote, C.M.; Frías, D.M.; Castañeda, J.A. (2012). E-service quality as antecedent to e-satisfaction: The moderating role of culture. *Online Information Review*, 36(2), 157-174. Q2/0.939
- Polo, A.I.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2012). Marketing practices in the Spanish rural tourism sector and their contribution to business performance. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24, 503-521. Q2/1.333
- Polo, A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2011). Impact of Market Orientation and ICT on the performance of rural smaller service enterprises. *Journal of Small Business Management*, 49, 331-360. Q2/1.393
- Polo, A.; Frías, D.M. (2010). The relationship between business characteristics and ICT deployment in the rural tourism sector. The case of Spain. *International Journal of Tourism Research*, 12, 34-48. Q3/0.802
- Castañeda, J.A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2009). Antecedents of Internet use behaviour by the tourist. *Online Information Review*, 33, 548-567. Q2/1.423
- Frías, D.M.; Rodríguez, M.A.; Castañeda, J.A. (2008). Internet versus travel agencies on pre-visit destination image formation: an information processing view. *Tourism Management*, 29, 163-179. Q1/1.274
- Luque, T.; Castañeda, J.A.; Frías, D.M.; Muñoz, F.; Rodríguez, M.A. (2007). Determinants of the use of Internet as a tourist information source. *The Service Industries Journal*, 27, 881-891. Q4/0.21
- Castañeda, J.A.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2007). The influence of the Internet on destination satisfaction. *Internet Research*, 17, 402-420. Q2/0.837

---

#### ARTÍCULOS EN OTRAS REVISTAS

---

- Sabiote-Ortiz, C.M., Frías-Jamilena, D.M., Castañeda-García, J.A. (2017). Overall perceived value of a tourism service: analysing the spillover effect between electronic channel and consumption of the hotel service. *Tourist and Hospitality Research*. 17 (2). (SJ-SCImago Rank): Q3/0,367
- Rodríguez Molina, M. A., Frías Jamilena, D. M., Polo Peña, A. I. y Rodríguez López, M. E. (2014). Relación entre inversión publicitaria y demanda turística a través de la teoría de la cointegración. *Innovar*, 24 (54), 167 -182. (SJ-SCImago Rank): Q4/0,137
- Polo, A.I.; Frías, D.M.; Rodríguez, M.A. (2013). Identification and validation of cognitive image dimensions for rural tourist destinations: a contribution to the management of rural tourist destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 18, 261-273. (SJ-SCImago Rank): Q4/0,137
- Sabiote, C.M.; Frías, D.M.; Castañeda, J.A. (2012). Culture as a moderator of the relationship between service quality and the tourist's satisfaction with different distribution channels. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29, 760-778. (SJ-SCImago Rank): Q2/0,54
- Del Barrio, S.; Frías, M. López, L. (2012). El tipo de incentivo como determinante en el atractivo de la promoción de venta en turismo rural. Efecto moderador del sexo, la edad y la experiencia. *Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC)*, 14, 103-126. (In-Recs): Q1/0,24
- Polo Peña, A. I. y Frías Jamilena, D. M. (2011). Market orientation adoption in rural tourism: impact on business outcomes and the perceived value. (Reseña de tesis doctoral). *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 8 (2), 195-197. (SJ-SCImago Rank): 0,142 (Q3)
- Frías, D.M.; Rodríguez, M.A.; Castañeda, J.A. (2007). Internet como fuente de información alternativa a la agencia de viajes en la selección del destino turístico: un análisis del perfil del usuario. *Investigación y Marketing*, 94, 6-12. (In-Recs): Q3/0,02

- Castañeda, J.A.; Frías, D.M.; Muñoz, F.; Rodríguez, M.A. (2007). Extrinsic and intrinsic motivation in the use of the internet as a tourist information source. *International Journal Internet Marketing and Advertising*, 4, 37-52. (SJR-SCImago Rank): Q2/0,03 .