

MEMORIA 2022

CIEDI

**CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA
DIGITAL**

(DERC: DIGITAL ECONOMY RESEARCH CENTER)

INDICE

1. Presentación Equipo Directivo - Consejo del CIEDI-UAM - Comité de Asesoramiento Científico	3
2. 2022 en cifras	11
3. Investigación Proyectos de investigación y publicaciones	12
INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA Estudios y Asesoramientos	21
FORMACIÓN Seminarios	27
OTRAS ACTIVIDADES	28
RECURSOS EN LÍNEA	30
MEMORIA ECONÓMICA Presupuesto y Liquidación del gasto	32

Presentación

Con la publicación en el BOUAM de 21 de julio de 2021, de la resolución favorable del Consejo de Gobierno y del Consejo Social a la propuesta de creación del Centro de Investigación en Economía Digital (Digital Economy Research Center) CIEDI, nacía oficialmente este Centro de Investigación interdepartamental e interfacultativo de la Universidad Autónoma de Madrid y, desde entonces, las actuaciones del CIEDI han estado marcadas por las directrices del Reglamento de Régimen Interno del CIEDI-UAM que se rige de conformidad con el Acuerdo 1/CG de 27 de marzo de 2020, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan los Institutos Universitarios de Investigación y los Centros Propios de Investigación de la Universidad Autónoma de Madrid (BOUAM núm. 3, de 16 de abril de 2020).

Su andadura comenzó con gran ilusión y entusiasmo por parte de todos sus miembros, conscientes de los retos, pero también de la importancia que tiene para los reconocidos especialistas y los profesores-investigadores de diversas áreas científicas de la UAM promover, transferir y difundir la investigación sobre un amplio número de campos y áreas vinculadas con el desarrollo de la economía digital, y los beneficios que de ella se derivan para la mejora del bienestar de la población y de las condiciones de vida de sus ciudadano/as.

Tal como se enuncia en la memoria de creación del centro, *“El CIEDI nace con vocación de aprovechar y poner en valor estas relaciones para realizar proyectos conjuntos de investigación en economía digital, difundir y transferir sus resultados a nivel formativo y de divulgación científica, así como para contribuir a que la UAM se convierta en un centro de referencia en esta importante materia”*.

En concreto, conforme a los objetivos establecidos en su Reglamento Interno (art. 3), la actividad del CIEDI-UAM se desenvuelve en los siguientes ámbitos:

- a) Proyectos de investigación en materias de economía digital.
- b) Formación de posgrado y formación continua dirigida a la especialización y actualización de empleados públicos y profesionales en materias relacionadas con la transformación digital de la economía, las empresas y la sociedad.
- c) Asesoramiento científico y técnico a empresas y administraciones públicas afectadas por los nuevos modelos que se derivan de la economía digital.

Para su funcionamiento el CIEDI-UAM cuenta con una estructura organizativa (art. 5 del Reglamento Interno) compuesta por los siguientes órganos:

1. Los órganos del Centro son:

a. **Órganos colegiados:** El Consejo del Centro integrado por los miembros adscritos con carácter permanente, el Consejo de Dirección integrado por la dirección, secretaría y por tres vocales, vinculados de forma permanente a la UAM, cuya función, entre otras, es la de impulsar el funcionamiento del centro, y el Comité de Asesoramiento Científico que está compuesto por especialistas nacionales e internacionales no pertenecientes a la UAM y cuya función es asesorar al Centro.

b. **Órganos unipersonales:** La Dirección y la Secretaría.

Director o Directora: elegido cada cuatro años por los miembros del Consejo, con responsabilidades de representación, organización y ejecución.

Secretario o Secretaria: Su nombramiento corresponde al Rector/a de la UAM, previa designación por el Consejo de Dirección del Centro a propuesta del Director o Directora del Centro, para el ejercicio de tareas de gestión, custodia de documentación y certificación, entre otras.

Para su funcionamiento el CIEDI-UAM dispone de un despacho cedido por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UAM (calle Francisco Tomás y Valiente, 5, módulo XV planta 3ª, despacho 108, Campus Cantoblanco, 28049 Madrid).

El equipo de dirección ha tenido reuniones periódicas mensuales para lanzar nuevas propuestas de actividades que promuevan la investigación, divulgación y formación sobre economía digital. En la reunión del consejo de Dirección del día 5 de julio del 2022, se acordó por unanimidad cesar como secretaria del Centro a Doña Elena Cerdá Mansilla, a la que se agradeció su gran tarea y dedicación durante el tiempo que ocupó el cargo, y aprobar la propuesta de nombramiento como secretaria del Centro a Doña Nieves Villaseñor Román, que ocupa el cargo en la actualidad.

El Consejo del centro se ha reunido dos veces desde su creación. La primera en 14 de septiembre del 2021 donde se nombró su actual dirección y el cese de su director fundador, Don Javier Oubiña Barbolla, y se aprobaron las primeras líneas de funcionamiento, dirigidas a la puesta en marcha de la página web y su mantenimiento. Todos los acuerdos se recogen y se encuentran disponibles en el Acta 14/09/2021.

La segunda reunión se produjo en febrero del año 2022. Se dio cuenta de lo realizado hasta ese momento y se aprobaron las directrices para la puesta en marcha de nuevas actividades para el año en curso. Igualmente se aprobó la incorporación de nuevos miembros al Centro. El detalle de los acuerdos realizados se recoge y se encuentran disponibles en el Acta 23/02/2022.

Equipo de Dirección



Maria Jesús Yagüe Guillén.
Directora del CIEDI
Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados



Nieves Villaseñor Román.
Secretaria del CIEDI
Contratada doctora de Comercialización e Investigación de Mercados



Margarita Billón Currás.
Vocal del Consejo de Dirección del CIEDI
Titular de Universidad de Economía Aplicada



Marta Felis Rota.
Vocal del Consejo de Dirección del CIEDI
Contratada Doctora de Historia e Instituciones Económicas



Hermógenes del Real Álvarez
Vocal del Consejo de Dirección del CIEDI
Profesor de Organización de Empresas



Elena Cerdá Mansilla
Responsable de Comunicación del CIEDI



Macarena Estevez
Miembro externo del Equipo de Dirección
Advisor in Data Science & Analytics

Consejo del CIEDI-UAM

Miembros estables

1. Javier Oubiña Barbolla (Tiempo completo). Profesor Titular de Universidad. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
 2. Marta Felis Rota (Tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Tª e Hª Económica. Facultad de CC. EE. y EE.
 3. Carlos Merino Moreno (Tiempo completo). Profesor Contratado Doctor. Departamento de Organización de Empresas. Facultad de CC. EE. y EE.
- Otros miembros estables:
4. Miguel Angoitia Grijalba (tiempo completo). Profesor Contratado Doctor. Departamento de Economía y Hacienda Pública. Facultad de CC. EE. y EE.
 5. Eloy Anguiano Rey (tiempo completo). Profesor Titular. Departamento de Ingeniería Informática. EPS
 6. Carmen Arguedas Tomás (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Análisis Económico: Tª Económica e Hª Económica. Facultad de CC. EE. y EE.
 7. Margarita Billón Currás (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo. Facultad de CC. EE. y EE.
 8. Maite Blázquez Cuesta (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Análisis Económico: Tª Económica e Hª Económica. Facultad de CC. EE. y EE.
 9. Sara Campo Martínez (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
 10. Mª Soledad Celemín Pedroche (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Organización de Empresas. Facultad de CC. EE. y EE.
 11. Mercedes Cervera Oliver (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Contabilidad. Facultad de CC. EE. y EE.
 12. Sara Cuenda Cuenda (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Economía Cuantitativa. Facultad de CC. EE. y EE.
 13. Coro Chasco Irigoyen (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Economía Aplicada: Econometría. Facultad de CC. EE. y EE.
 14. Pablo de Andrés Alonso (tiempo completo). Catedrático. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
 15. Ana Díaz Martín (tiempo completo). Catedrática. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
 16. Fernando Díez Rubio (tiempo completo). Contratado Doctor. Departamento de Ingeniería Informática. EPS.
 17. Carlos Fernández Rodríguez (tiempo completo). Profesor Titular. Departamento de Sociología. Facultad de CC. EE. y EE.
 18. Julián Fierrez Aguilar (tiempo parcial: pertenece al Centro de Investigación sobre Justicia Administrativa). Profesor Titular. Departamento de Tecnología Electrónica y de las Comunicaciones. EPS.
 19. Silvia Gil Conde (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Derecho Privado, Social y Económico. Facultad de Derecho.
 20. Pablo Gómez Carrasco (tiempo completo). Profesor Contratado Doctor. Departamento de Contabilidad. Facultad de CC. EE. y EE.
 21. Jacobo Gómez Conde (tiempo completo). Profesor Contratado Doctor. Departamento de Contabilidad. Facultad de CC. EE. y EE.
 22. Mónica Gómez Suárez (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.

23. Ainhoa Herrarte Sánchez (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Tª Económica e Hª Económica. Facultad de CC. EE. y EE.
24. Ana Hidalgo Cabrillana (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Tª Económica e Hª Económica. Facultad de CC. EE. y EE.
25. Mª Cruz Lacalle Calderón (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo. Facultad de CC. EE. y EE.
26. Susana López González (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Economía Cuantitativa. Facultad de CC. EE. y EE.
27. Marta Llorente Comí (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Economía Cuantitativa. Facultad de CC. EE. y EE.
28. Rocío Marco Crespo (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Economía Aplicada: Estadística. Facultad de CC. EE. y EE.
29. Eva Medina Moral (tiempo parcial: pertenece al Instituto Lawrence R. Klein). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Economía Aplicada: Econometría. Facultad de CC. EE. y EE.
30. Antonio Moreno Sandoval (tiempo parcial: pertenece al Instituto Universitario La Corte en Europa). Profesor Titular. Departamento de Lingüística General. Facultad de Filosofía y Letras.
31. Jaime Romero de la Fuente (tiempo completo). Profesor Titular. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
32. Mercedes Rozano Suplet (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
33. Natalia Rubio Benito (tiempo completo). Profesora Titular. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
34. Martha Saboyá Baquero (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Análisis Económico: Economía Cuantitativa. Facultad de CC. EE. y EE.
35. Juan Ignacio Sánchez Gutiérrez (tiempo completo). Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo. Facultad de CC. EE. y EE.
36. Doroteo Torre Toledano (tiempo completo). Catedrático. Departamento de Tecnología Electrónica y de las Comunicaciones. EPS.
37. José Luis Ucieda (tiempo completo). Profesor Titular. Departamento de Contabilidad. Facultad de CC. EE. y EE.
38. Nieves Villaseñor Román (tiempo completo). Profesora Contratada Doctora. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
39. Mª Jesús Yagüe Guillén (tiempo completo). Catedrática. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.

Miembros y colaboradores no permanentes

1. Macarena Estévez Muñoz. Advisor in Data Science & Analytics
2. Javier Fernández de la Cruz. Aloha Team. Inbound Marketing.
3. Clara M^a Granados Künzi. Directora Advanced Analytics. Segur Caixa Adeslas.
4. Andrés Pedreño Muñoz. Catedrático de Economía Aplicada. Universidad de Alicante.
5. David Pena del Río. CEO de People. Desarrollo de Aplicaciones para los negocios digitales.
6. Pablo Sierra Ruiz. Director de Marketing de la ONCE.
7. Elena Cerdá Mansilla. PDIF. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
8. Oscar Delgado Ben Mohatar. Profesor Ayudante Doctor. Departamento de Ingeniería Informática. EPS.
9. Jano Jiménez Barreto. PDIF. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
10. Laura Lorente Bayona. Profesora Ayudante. Departamento de Economía y Hacienda Pública. Facultad de CC. EE. y EE.
11. Fernando Montañés García. Profesor Asociado. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
12. Josep Lobera. Profesor Ayudante Doctor. Departamento de Sociología. Facultad de CC. EE. y EE.
13. Juan José Méndez Alonso. Profesor Asociado. Departamento de Economía Aplicada: Econometría. Facultad de CC. EE. y EE.
14. Gonzalo Moreno Warleta. Profesor Asociado. Departamento de Economía Aplicada: Econometría. Facultad de CC. EE. y EE.
15. Cristina Pérez Espés. Profesora Ayudante Doctora. Departamento de Contabilidad. Facultad de CC. EE. y EE.
16. Silvia Pinto Valero. Profesora Asociada. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. Y EE.
17. Myriam Quiñones García. Profesora Asociada. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
18. Nuria Rodríguez Priego. Profesora Ayudante Doctora. Departamento de Análisis Económico: T^a Económica e H^a Económica. Facultad de CC. EE. y EE.
19. Daniel Ruiz Equihua. Profesor Ayudante. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
20. Anne Schmitz. PIF. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE.
21. Mónica Veloso Huertas. Profesora Ayudante. Departamento de Financiación e Investigación Comercial. Facultad de CC. EE. y EE

Nuevas incorporaciones del año 2022:

22. Hermógenes del Real Álvarez: Profesor departamento de organización de empresas, UAM. Socio y Director General de la División de Consultoría y Formación de Entelgy.
23. M^a Nieves Pacheco Jiménez. Profesora Titular del área de Derecho Civil (Departamento de Derecho Civil e Internacional Privado) en la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
24. Cristina Argelich Comelles. Profesora Ayudante Doctor de Derecho civil de la Universidad Autónoma de Madrid

Comité de Asesoramiento Científico

- Raúl Cruces Rufo. Data Group Vice-president (Grupo Santander).
- Juan Antonio Mondéjar Jiménez. Catedrático de Marketing. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Castilla La Mancha.
- Rafael Negro Valdecantos. Responsable de Desarrollo de Negocio en Econocom Altabox.
- Joaquín Núñez Varo. ICEX – Analista del Departamento de Evaluación
- Fernando Rellán Pérez. E-Sales Manager Axa Seguros
- Jesús San Román Chief Operating Officer de Binfluencer (Empresa de Economía, Marketing y Comunicación Digital)

2022 en cifras

4

Proyectos de investigación
competitivos en vigor

Proyectos de transferencia

3 estudios y 2 asesorías

71

Publicaciones científicas

Actividades de divulgación

16 libros y capítulos y 6 artículos

23

Conferencias y congresos

Formación

2 tesis, 3 estancias
internacionales y 2 seminarios

Otras actividades

Premios MATUTEC

Premios TFG

Mantenimiento y actualización sitio web

Divulgación sitio web y redes sociales

Investigación

Proyectos de investigación competitivos

Touchpoint Automation Through Artificial Intelligence. Ministerio de Economía y Competitividad. (PID2020-113561RB-100)

Investigadores principales: Natalia Rubio Benito y Jaime Romero de la Fuente. UAM.CIEDI

Investigadores participantes CIEDI: Nieves Villaseñor, Mónica Gómez, Javier Oubiña, Jano Jiménez, Daniel Ruiz, Nicholas Lurie, Erose Sthapit, Ralf Van Der Lans, Sandra Maria Correia, Ana María Díaz, Elena Cerdá, Monica Veloso, Mercedes Rozano.

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación (Proyectos I+D+i, Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad).

Vigencia: 2024

Presupuesto: 27.757,40

TITULO. Interacción de los asistentes virtuales: sus efectos sobre la atención y la emoción y el papel de la privacidad (TED2021-129513B-C22)

Investigadores principales: Natalia Rubio Benito y Jaime Romero de la Fuente UAM.CIEDI

Investigadores participantes CIEDI: Nieves Villaseñor, Jano Jiménez, Daniel Ruiz.

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación (Proyectos I+D+i, Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad).

Vigencia: 2024

Presupuesto: 47.035€

TITULO. Biometría para el comportamiento de una IA imparcial y confiable con aplicaciones (PID2021-127641OB-100)

Investigadores principales: Julian Fierrez Aguilar. UAM. CIEDI; Aythami Morales Moreno. UAM

Investigadores participantes CIEDI: Mónica Gómez Suarez

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación (Proyectos I+D+i, Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad).

Vigencia: 2024

Presupuesto: 273.581€

TITULO. Gestionando personas para organizaciones sostenibles e innovadoras
(PID2020-115018RB-C31)

Investigadores principales: Martín Larraza-Kintana, M^a Teresa García Marco.
Universidad Pública de Navarra

Investigadores participantes CIEDI: Margarita Billón Currás. UAM.

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación (Proyectos I+D+i, Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad).

Vigencia: 2025

Presupuesto: 122.367,30€

TITULO. La GIG Economy desde la perspectiva del consumidor: un análisis de las representaciones y prácticas sociales del consumo electrónico (PGC2018-097200-B-I00)

Investigadores principales: Carlos J. Fernández Rodríguez UAM. CIEDI y Luis Enrique Alonso, UAM.

Investigadores participantes CIEDI: Rafael Ibáñez Rojo.

Entidad financiadora: Ministerio de Economía y Competitividad (Proyectos I+D+i, Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación generación del conocimiento).

Vigencia: 2021

Presupuesto: 54.450 €

Publicaciones científicas

1. "Ask Google Assistant Where to Travel" Tourists' Interactive Experiences with Smart Speakers: An Assemblage Theory Approach **Jiménez-Barreto J; Rubio N; Mura P; Sthapit E; Campo S**, Journal of Travel Research. 472875221094073-10.1177/00472875221094073. 2022
2. Females' customer engagement with eco-friendly restaurants in Instagram: the role of past visits, Ballester E; Ruiz-Mafé C; **Rubio N**. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 10.1108/IJCHM-02-2022-0178. 2022.
3. How old is your soul? Differences in the impact of eWOM on Generation X and millennials, **Ruiz-Equihua, D.**; Casaló, L.V.; **Romero, J.**; Journal of Hospitality and Tourism Insights. 5 (3): 553-566. 10.1108/JHTI-10-2020-0193. 2022.
4. Human-robot interactions in the restaurant setting: the role of social cognition, psychological ownership and anthropomorphism, **Ruiz-Equihua, D; Romero, J;** Correia Loureiro, S M; Ali, M; International Journal of Contemporary Hospitality Management. 10.1108/IJCHM-05-2022-0597. 2022.
5. Transhumanism and Engagement-Facilitating Technologies in Society, Guerreiro J; Loureiro SMC; **Romero J;** Itani O; Eloy S; Journal of Promotion Management. 28 (5): 537-558. 10.1080/10496491.2021.2009615. 2022.
6. Service robots and COVID-19: exploring perceptions of prevention efficacy at hotels in generation Z, **Romero, J;** Lado, N; International Journal of Contemporary Hospitality Management. 33 (11): 4057-4078. 10.1108/IJCHM-10-2020-1214. 2022.
7. ICT Research networks and regional competitiveness: an analysis of the 7th Framework Program, Salome Garcia-Muniz, A; Rosalia Vicente, M; **Billon, M;** European Planning Studies. 30 (10): 2063-2083. 10.1080/09654313.2021.2021505. 2022.
8. The role of funding portals as signaling offering quality in investment crowdfunding, **de Andrés P;** Correia R; Rezola Á; Suárez N; Finance Research Letters. 46 (102355): 10.1016/j.frl.2021.102355. 2022.
9. Challenges of the market for initial coin offerings, **De Andrés, P.,** Arroyo, D., Correia, R., & Rezola, A. International Review of Financial Analysis. 79 (101966): 10.1016/j.irfa.2021.101966. 2022.

10. Internet penetration and international travel and tourism expenditure: The role of foreign exchange control, **Lorente-Bayona, L. V.**, Gras-Gil, E., & Moreno-Enguix, M. D. R. Tourism Economics, 13548166211027839. 2021.
11. Quality of performance metrics, informal peer monitoring and goal commitment, **Gomez-Conde, J.**, Lopez-Valeiras, E., Malagueño, R., & Oyadomari, J. C. T.Accounting & Finance. 2022.
12. BeCAPTCHA-Mouse: Synthetic mouse trajectories and improved bot detection, Acien A.; Morales A.; **Fierrez J.**; Vera-Rodriguez R.; Pattern Recognition. 127 - 2022-07-0, 2022.
13. BeCAPTCHA: Detección de bots de comportamiento mediante pantalla táctil y sensores móviles evaluados en HuMIdb, A Acien, A Morales, **J Fierrez**, R Vera-Rodriguez, **O Delgado-Mohatar**, Aplicaciones de ingeniería de la inteligencia artificial 98, 104058, 2021.
14. BeCAPTCHA: Behavioral bot detection using touchscreen and mobile sensors benchmarked on HuMIdb, Acien Ayala, Alejandro; Morales Moreno, Aythami; **Fierrez Aguilar, Julian**; Vera Rodriguez, Ruben; **Delgado Mohatar, Oscar**; Villegas Nuñez, Paulo Angel; Engineering Applications Of Artificial Intelligence. 98 (104058): - 2021-02-01 98(104058), doi: 10.1016/j.engappai.2020.104058, 2021.
15. SELM: Siamese extreme learning machine with application to face biometrics, Morales, A; **Fierrez, J**; Neural Computing & Applications. 34 (14): 12143-12157 - 2022-07-01 34(14), doi: 10.1007/s00521-022-07100-z, 2022.
16. SetMargin loss applied to deep keystroke biometrics with circle packing interpretation, Morales A; **Fierrez J**; Acien A; Tolosana R; Pattern Recognition. 122 - 2022-02-01 122(), doi: 10.1016/j.patcog.2021.108283, 2022.
17. A Study of Data Augmentation for ASR Robustness in Low Bit Rate Contact Center Recordings Including Packet Losses, **Toledano D.**; Applied Sciences-Basel. 12 (3): - 2022-02-01 12(3), doi: 10.3390/app12031580, 2022.
18. Un Discourse Marker Tagger para español usando Transformers, AG Toro, JP Zamorano, **A Moreno-Sandoval** - Procesamiento del Lenguaje Natural, 2022
19. Management control systems and real earnings management: Effects on firm performance, Osma, B. G., **Gomez-Conde, J.**, & Lopez-Valeiras, E. Management Accounting Research, 100781. 2022.
20. Stakeholders versus Firm Communication in social media: The Case of Twitter and Corporate Social Responsibility Information, **Gómez-Carrasco, P.**,

- Guillamón-Saorín, E., and García Osma, B. European Accounting Review, 30(1), 31-62. 2021.
21. Rating and aspect-based opinion graph embeddings for explainable recommendations. Cantador, I., Carvallo, A., and **Díez, F.** arXiv preprint arXiv:2107.03385. 2021
 22. El papel del consumo en la economía de plataformas: el vínculo oculto. Alonso-Benito, L. E., and **Fernández-Rodríguez, C. J.** Revista Española de Sociología, 30(3), 14. 2021.
 23. Corruption-related disclosure in the banking industry: evidence from GIPSI countries, **de Andrés P**; Polizzi S; Scannella E; Suárez N; European Journal of Finance. 10.1080/1351847X.2022.2153073. 2022.
 24. Smart Property and Smart Contracts Under Spanish Law in the European Context **Argelich Comelles, CA**, European Review of Private Law Revue européenne de droit privé Europäische zeitschrift für private. 2022.
 25. El Derecho civil ante el Metaverso: hacia un Metalaw europeo y sus remedios en el Multiverso, **Argelich Comelles, C**; Derecho digital e innovación (12) 1-26. 2022.
 26. Gobernanza de las plataformas en línea ante la DSA y las Propuestas de Reglamento de mercados digitales e inteligencia artificial (DMA y AIA), **Argelich Comelles, C**. Anuario de Derecho Civil (2) 501-530. 2022.
 27. La transmisión digital de la propiedad mediante su adquisición derivativa en las plataformas blockchain, **Argelich Comelles, C**; El Derecho ante la tecnología: innovación y adaptación. 209-223. 2022.
 28. Inteligencia artificial y tratamiento legal de la discriminación algorítmica en los online marketplaces de consumo, **Argelich Comelles, C**; Los Derechos Humanos en la Inteligencia Artificial: Su Integración en los Ods de la Agenda 2030. 275-292; 2022.
 29. "Find a flight for me, Oscar!" Motivational customer experiences with chatbots. **Jimenez-Barreto, J.; Rubio, N.**; Molinillo, S.; International Journal of Contemporary Hospitality Management. 33 (11): 3860-3882 10.1108/IJCHM-10-2020-1244. 2021.
 30. Influence of Value Co-Creation on Virtual Community Brand Equity for Unichannel vs. Multichannel Users. **Rubio, N; Villaseñor, N; Yagüe, M^a J.**; Sustainability. 13 (15): 8403-10.3390/su13158403. 2021.

31. Editorial: The Impact of AI-Enabled Technologies in E-commerce and Omnichannel Retailing. Cortinas, M.; Berne, C.; Chocarro, R.; Nilssen, F.; **Rubio, N**; Frontiers in Psychology. 12 718885-10.3389/fpsyg.2021.718885. 2021.
32. Engaging consumers through firm generated content on Instagram, Ballester E; Ruiz C; **Rubio N**. Spanish Journal of Marketing - Esic. 25 (3): 355-373 10.1108/SJME-11-2020-0189. 2021
33. Value co-creation between consumers and distributors: the moderating effect of relationship characteristics, **Rubio, N; Villaseñor, N; Yagüe, M^aJ**; International Journal of Retail & Distribution Management. 49 (7): 1067-1088 10.1108/IJRDM-10-2020-0390. 2021.
34. Critical success factors for sharing information and knowledge of COVID-19 through Twitter, **Cerda-Mansilla, E; Rubio, N; Campo, S**; Knowledge Management Research & Practice. 19 (4): 445-453 10.1080/14778238.2021.1895688. 2021
35. Viralization keys of messages in unofficial accounts during crisis periods: the case of Covid-19 on Twitter, **Cerdá-Mansilla, E; Rubio, N; Campo, S**. Spanish Journal of Marketing - Esic. 25 (1): 137-155. 2021.
36. Smart Speaker Recommendations: Impact of Gender Congruence and Amount of Information on Users' Engagement and Choice, **Romero J; Ruiz-Equihua D**; Loureiro SMC; Casaló LV; Frontiers in Psychology. 12 (659994): 659994-10.3389/fpsyg.2021.659994. 2021.
37. Internet banking: A new digital divide between the European regions?, Lera-Lopez, F; **Marco, R; Billon M**; The Digital Disruption of Financial Services. 1-22. 10.4324/9781003199076-1. 2021.
38. Do educational inequalities affect Internet use? An analysis for developed and developing countries, **Billon M**; Crespo J; Lera-Lopez F; Telematics and Informatics. 58 (101521): 10.1016/j.tele.2020.10152. 2021.
39. ICTs impacts on trade: a comparative dynamic analysis for internet, mobile phones and broadband, Rodriguez-Crespo E., **Marco R., Billon M.**; Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics. 28 (5): 577-591. 10.1080/16081625.2018.1519636. 2021.
40. Impacts of Internet Use on Trade: New Evidence for Developed and Developing Countries, Rodriguez-Crespo, E; **Billon, M; Marco, R**; Emerging Markets Finance and Trade. 57 (10): 3017-3032. 10.1080/1540496X.2019.1676225. 2021.

41. Technology generation of lithium batteries in leading countries. Moreno-Brieva, F. y **Merino-Moreno, C.** Environmental Science and Pollution Research, 28(22), 28367- 28380. DOI: 10.1007/s11356-021-12726-y. 2021.
42. Energy-efficient design, consumer awareness, and public policy. **Arguedas Tomás, C.** y Rousseau, S. Series-Journal of the Spanish Economic Association, 12(2), 231-254. DOI: 10.1007/s13209-020-00225-1.2021.
43. Job Insecurity, Debt Burdens, and Individual Health. **Blázquez, M.**, Budría, S. y Moro-Egido, A. I. Review of Income and Wealth, 67(4), 872-899. DOI: 10.1111/roiw.12506. 2021.
44. A signal of competitive dominance in mid-latitude herbaceous plant communities. Capitán, J. A., **Cuenda, S.**, Ordóñez, A. y Alonso, D. (2021). Royal Society Open Science, 8(9), 201361. DOI: 10.1098/rsos.201361.2021.
45. Impacto de la pandemia Covid-19 sobre la publicidad. España como laboratorio de la crisis y de las tendencias comunicativas, Corredor Lanás, P., Marcos Recio, J. C. y **Montañés García, F.** Profesional de la Información, 30(3), e300313. DOI: 10.3145/epi.2021.may.13. 2021.
46. Value Based Management: la importancia de la gestión basada en el valor. **aeca: Gómez Conde, J.** y Miguéns Refojo, V. Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas, (135), 30-32. 2021.
47. Politicians in disguise and financial experts on the board: Evidence from Spanish cajas. **Andrés Alonso, P. de**, García Rodríguez, Í., Romero Merino, M. E. y Santamaría Mariscal, M. BRQ-Business Research Quarterly, 24(2), 174-191. DOI: 10.1177/2340944420924417. 2021
48. The gender gap in bank credit Access. **Andrés Alonso, P. de**, Gimeno, R. y Mateos de Cabo, R. Journal of Corporate Finance, 71, 101782. DOI: 10.1016/j.jcorpfin.2020.101782. 2021.
49. Microfinance and Violence Against Women in Rural Guatemala. Cepeda, I., **Lacalle Calderón, M.** y Torralba, M. Journal of Interpersonal Violence, 36(3-4), 1391-1413. DOI: 10.1177/0886260517738780. 2021.
50. Análisis de la economía colaborativa en el turismo urbano. Estudio de la implantación de Airbnb en Madrid y Barcelona. **Cerdá Mansilla, E.**, García Henche, B. y Such-Devesa, M. J. Cuadernos de Turismo, (47), 383-412. DOI: 10.6018/turismo.474481. 2021.

51. Spatial Diffusion of Civil Liberty. **Chasco Yrigoyen, C., Lacalle Calderón, M. C.** y Alfonso Gil, J. Economía, 44(87), 146-169. DOI: 10.18800/economia.202101.008. 2021.
52. Scientific Competence in Developing Countries: Determinants and Relationship to the Environment. Chávez Charro, J. M., Neira, I. y **Lacalle-Calderon, M.** Sustainability, 13(22), 12439. DOI: 10.3390/su132212439. 2021.
53. Making sense from experience: how a sustainable multi-sensory event spurs word-of-mouth recommendation of a destination brand. **Gómez-Suárez, M. y Yagüe, M. J.** Sustainability, 13(11), 5873. DOI: 10.3390/su13115873. 2021.
54. B Corp como solución innovadora para alcanzar los ODS de manera integrada: el caso Farmidable. Jiménez Barandalla, I., **Lacalle Calderón, M.** y Pimenta, A. Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica: Riesise, 4(4), 11-28. DOI: 10.33776/riesise.v4i1.5163. 2021
55. Service brand coolness in the construction of brand loyalty: A self-presentation theory approach. **Jiménez-Barreto, J.**, Correia Loureiro, S. M., **Rubio, N. y Romero, J.** Journal of Retailing and Consumer Services, 65(March), 102876. DOI: 10.1016/j.jretconser.2021.102876. 2022
56. Use numbers not words! Communicating hotels' cleaning programs for COVID-19 from the brand perspective. **Jiménez-Barreto, J.**, Loureiro, S., Braun, E., Sthapit, E. y Zenker, S. International Journal of Hospitality Management, 94(April), 102872. DOI: 10.1016/j.ijhm.2021.102872. 2021.
57. Analysis of Air Transport Stake Holders Perceptions and Motivations about Long Term Innovations Towards Sustainable Aviation Energy Paradigms. Jiménez-Crisóstomo, A., Rubio-Andrada, L. y **Celemín-Pedroche, M. S.** Esic Digital Economy & Innovation Journal, 1(2), e009. DOI: 10.55234/edeij-1-2-009. 2021
58. The Constrained Air Transport Energy Paradigm in 2021. Jiménez-Crisóstomo, A., Rubio-Andrada, L., **Celemín-Pedroche, M. S.** y Escat-Cortes, M. Sustainability, 13(5), 1-23. DOI: 10.3390/su13052830. 2021
59. Fairtrade coffee consumption in Spain: Employing dual attitudes and construal level theory to draw insights on the ethical purchasing gap. Kossmann, E., **Veloso, M. y Gómez-Suárez, M.** Journal of Fair Trade, 3(1), 1-19. DOI: 10.13169/jfairtrade.3.1.0001. 2021.
60. Demographic Drivers of Workplace Deviance: A Survey of Clinical and Non-Clinical Hospital Professionals. Lunkes, R. J., López-Valeiras, E. y **Gómez-**

- Conde, J.** European Accounting and Management Review, 7(2). DOI: 10.26595/eamr.2014.7.2.1. 2021
61. Controller involvement in a project management setting: effects on project functions and performance. Malagueño, R., **Gómez-Conde, J.**, Harlez, Y. de y Hoffmann, O. Journal of Applied Accounting Research, 22(2), 334-364. DOI: 10.1108/JAAR-07-2020-0129. 2021.
 62. La colaboración en la investigación: un efecto positivo de la pandemia. **Montañés, F.** Investigación y Marketing, (151), 34-37. 2021.
 63. The thrill of a smart purchase: Does country matter?. **Quiñones, M., Gómez-Suárez, M. y Yagüe, M. J.** International Journal of Consumer Studies, 46(1), 295-308. DOI: 10.1111/ijcs.12677. 2022.
 64. La estrategia de movilidad urbana sostenible concebida y expresada de acuerdo con los principios de la economía circular. **Sánchez Gutiérrez, J. I.** Revista de Derecho Urbanístico y Medio Ambiente, 55(348). 2021.
 65. Spillover effect, positive emotions and savouring processes: Airbnb guests' perspective. Sthapit, E., Björk, P., **Jiménez-Barreto, J.** y Stone, M. J. Anatolia. 2021.
 66. The Impact of AI-Enabled Technologies in E-commerce and Omnichannel Retailing. Cortinas, M., Berne, C., Chocarro, R., Nilssen, F. y **Rubio, N.** Frontiers in Psychology, 12, 718885. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.718885. 2021.
 67. Stakeholder governance and private benefits: The case of politicians in Spanish cajas, **Andrés, P. de**, García-Rodríguez, I., Romero-Merino, E. Journal of Business Research, 144, 1272-1292. 2022.
 68. Political directors and corporate social responsibility: Are political ideology and regional identity relevant?, **Andrés, P de**., García-Rodríguez, I., Romero-Merino, E., Review of Managerial Science, 17, 339-373. 2022
 69. The state of the art of CSR disclosure in banking: The importance of corruption related disclosure, **de Andrés, P.**, Polizzi, S., Scannella, E., y Suárez, N. Financial Reporting Journal, 2022.
 70. Eco-innovación: Una aproximación desde la gestión del conocimiento, **Merino Moreno, C.**; Revista Desarrollo Gerencial. 14 (2): 1-19 - 2022-11-29 14(2), doi: 10.17081/dege.14.2.6092, 2022.
 71. Collegial Forms of Implementation of Directionality in National Innovation Strategies, **Merino Moreno, C.**; Foresight and Sti Governance. 16 (4): 46-58 - 2022-10-01 16(4), doi: 10.17323/2500- 2597.2022.4.46.58, 2022.

Innovación y transferencia

Estudios

En este apartado se incluyen estudios e informes relacionados con la economía digital solicitados por empresas privadas y o instituciones y administraciones públicas a investigadores y/o grupos de investigación del CIEDI.

TITULO. “Eficiencia en el sector de la distribución en España”.

Investigadores principales: Ignacio Cruz Roche. UAM

Investigadores participantes CIEDI: Romero, J.

Entidad financiadora: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Vigencia: 2022

TITULO. “Asesoría Técnica sobre Plataforma Comercio Conectado”.

Investigadores principales: Natalia Rubio Benito. UAM. CIEDI.

Investigadores participantes CIEDI: Romero, J.; Villaseñor, N.; Jiménez-Barreto, J.; Yagüe, MJ.

Entidad financiadora: Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Contrato menor.

Vigencia: 2021

TITULO. “Análisis del impacto de las tecnologías emergentes en el comercio minorista”.

Investigadores principales: Ana M^a Díaz Martín. UAM. CIEDI.

Investigadores participantes CIEDI: Gómez-Suarez, M., Quiñones, M, Smith, A, y Veloso, M. GI. UAM: Technocom.

Entidad financiadora: iKN.

Vigencia: 2019.

Asesoramientos

En este punto se incluyen informes, dictámenes y estudios encargados a miembros del CIEDI por empresas nacionales e internacionales sobre asesoramiento económico-legal en cuestiones digitales relevantes frente a problemas concretos.

TITULO. “Análisis legal de plataformas tecnológicas de movilidad”

Investigadores principales: M^a Jesús Yagüe. UAM. CIEDI.

Investigadores participantes CIEDI: Oubiña, J.

Entidad financiadora: CABIFY

Vigencia: 2020-2022

TITULO. “Impacto de la omnicanalidad en el mercado de la música”

Investigadores principales: M^a Jesús Yagüe. UAM. CIEDI.

Investigadores participantes CIEDI: Rubio, N.

Entidad financiadora: PRODUCCIONES 1652 S.L

Vigencia: 2021-2022

Actividades de divulgación

A continuación, se ofrece la relación de las actividades de divulgación llevadas a cabo por los miembros del CIEDI.

Libros y capítulos de libros

1. Corruption disclosure in banking: Insights from the literature. **de Andrés, P.**, Polizzi, S., Scannella, E., y Suárez, N., Ed. Palgrave Macmillan. 2022.
2. Seguridad ciudadana y comunicación: ¿Qué papel han jugado las redes sociales de la guardia civil durante la crisis sanitaria covid-19?. **Cerdá Mansilla, E.**, Ferrer Serrano, M. y Lozano Blasco, R. En. ECOSISTEMA DE UNA PANDEMIA: COVID 19, LA TRANSFORMACIÓN MUNDIAL (pp. 703-730). Ed. Dykinson. 2021.
3. El rol de Instagram en la educación: una nueva mirada desde el móvil-learning. **Cerdá Mansilla, E.**, Gil Lamata, M. y Lozano Blasco, R. En. CULTURA, ECONOMÍA Y EDUCACIÓN: NUEVOS DESAFÍOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL (pp. 96-118). Ed. Dykinson. 2021.
4. El rol de los influencers en el sector del lujo: nuevos valores en la sociedad del siglo XXI. **Cerdá Mansilla, E.**, Gil Lamata, M. y Lozano Blasco, R. En. CULTURA, ECONOMÍA Y EDUCACIÓN: NUEVOS DESAFÍOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL (pp. 103-125). Ed. Dykinson. 2021.
5. La seducción de un consumidor sofisticado mediante la estrategia de marcas de la distribución: el caso de Aldi. Cuesta-Valiño, P., Contreras-Contreras, P. y **Gómez Suárez, M.** En. ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL CORPORATIVO:

RETOS EN COMUNICACIÓN Y BRANDING EN ENTORNOS COMPETITIVOS (pp. 217-240). Ed. Síndéresis. 202.

6. Internet banking: A new digital divide between the European regions?. Lera-López, F., **Marco, R.** y **Billón, M.** En. THE DIGITAL DISRUPTION OF FINANCIAL SERVICES. Ed. Routledge. 2021.
7. Acompañamiento socioemocional en alumnos universitarios: respuesta educativa frente al Covid-19. Lozano Blasco, R., Ferrer Serrano, M. y **Cerdá Mansilla, E.** En. HACIA UN MODELO DE INVESTIGACIÓN SOSTENIBLE EN EDUCACIÓN. Ed. Dykinson. 2021.
8. La política pública como software. Una caracterización matemática. **Núñez Varo, J.M.** Ibergarceta Publicaciones SL. 2022.
9. Designing Facebook Publications Focused on Hotel Customer Experience: How to Improve Brand Attitude and Booking Intention. **Gómez Suárez, M.** y **Veloso, M.** En BRAND LABEL AND PRODUCT INTELLIGENCE. Springer. 2022.
10. COVID-19 Crisis and the Impact on Smart Tourism, Sustainable Development and, Local Communities. Rodrigues, P., **Gómez-Suárez, M.**, Brochado, A., **Veloso, M.**, Borges, A. Matias, A. En BUSINESS UNDER CRISIS, VOLUME III. Springer. 2022.
11. The economic resilience of African economies: What role played by the digital divide of eCommerce and digital payments in the post-COVID era? **Billón Curras, M.** y **Marco Crespo, R.** En. THIRD INTERNATIONAL CONFERENCE ON REGIONAL INTEGRATION. Ed. AMENET, Universidad Autónoma de Madrid. 2021.
12. The Post-COVID-19 Shopping Experience: Thoughts on the Role of Emerging Retail Technologies. **Díaz Martín, A. M.**, **Quiñones, M.** y Cruz-Roche, I. En. MARKETING AND SMART TECHNOLOGIES. PROCEEDINGS OF ICMARKTECH 2020 (pp. 55-67). Ed. Springer Nature. 2021.
13. Impacto del covid-19 en la interacción de los usuarios con el contenido generado por el hotel en Facebook. **Gómez Suárez, M.**, **Veloso, M.** y **Quiñones, M.** En. TURITEC: XIII CONGRESO INTERNACIONAL TURISMO Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (pp. 296-305). Ed. Universidad de Málaga. 2021.
14. Tourism Consumption through Smart Devices: Bridging Tourist-Smart Object Assemblage and the Non-Representational Theory. **Jiménez-Barreto, J.**, **Rubio, N.**, Mura, P. y **Campo, S.** En. 51ST ANNUAL TRAVEL AND TOURISM RESEARCH

ASSOCIATION INTERNATIONAL CONFERENCE. Ed. Travel and Tourism Research Association (TTRA). 2021.

15. Ejecución de un Proyecto de Aprendizaje-Servicio Solidario para impulsar la Entomofagia desde una Perspectiva Saludable y Sostenible. Martín Cabrejas, M. A., Pulgar Lanzaco, E., Blanco Bautista, R., Benítez García, V., **Angoitia Grijalba, M.** y Rebollo Hernanz, M. (2021). En. ACTAS DEL CONGRESO VIRTUAL: AVANCES EN TECNOLOGÍAS, INNOVACIÓN Y DESAFÍOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR ATIDES 2016 (pp. 171-185). Ed. Universitat Jaume I. 2021.
16. Contenido generado por los hoteles en redes sociales y su influencia en la intención de reserva. **Gómez, M. y Veloso, M.** En. XXXI CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AEMARK (pp. 214-228). Ed. ESIC. 2021

Artículos de divulgación

1. La transformación del retail: el papel de la tecnología en la crisis de la COVID-19. **Quiñones García, M., Schmitz, A. y Díaz Martín, A. M.** Distribución y Consumo, 31(167), 36- 46. 2021.
2. Tailoring business internationalization support by means of analytics. **Núñez Varo, Joaquín M^a.** Journal of Economic & Business Intelligence 3(1), 1-9. 2021.
3. Ciencia y sociedad: cosmovisiones, límites y conflictos. Entrevista de Verónica Giménez Béliveau. **Lobera, J.** Sociedad y Religión, 31(57). 2021.
4. Prólogo: Publicidad y Documentación. Marcos Recio, J. C., Castro Leal, L. de y **Montañés García, F.** Documentación de las Ciencias de la Información, (44), 185-188. 2021.
5. Toward Consumer 4.0 Insights and Opportunities Under the Marketing 4.0 Scenario. Martínez-Ruiz, M. P., **Gómez-Suárez, M.**, Jiménez-Zarco, A. I. e Izquierdo-Yusta, A. Frontiers in Psychology, 11, 611114. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.611114. 2021.
6. Central Europe in the twentieth century: an economic history perspective. **Felis Rota, M.** Investigaciones de Historia Económica, 17(1), 59-60. DOI: 10.33231/j.ihe.2020.12.002. 2021

Conferencias y Congresos

1. Designing Facebook publications focused on hotel customer experience: How to improve brand attitude and booking intention, **Gómez-Suárez, M.**, y **Veloso, M.** Cobli, Université d'Orleans, 2021.
2. Contenido generado por los hoteles en redes sociales y su influencia en la intención de reserva, **Veloso, M.** y **Gómez-Suárez, M.** AEMARK, Universidad de Jaén, 2021.
3. Ok Google – tell me where to go!?: Tourist experience with smart objects: a non-representational theory approach, **Jiménez-Barreto, J.**, **Rubio, N.** y Mura, P. XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Universidad de Jaén, 2021.
4. The moderating role of online review usefulness on the relationship between online review valence and customer attitudes, **Ruiz-Equihua, D.**, **Romero, J.** y Casaló, L. Global Conference on Services and Retail Management, 2021.
5. The bigger the better: understanding the moderating role of firm size in eWOM processes in the hospitality industry, **Ruiz-Equihua, D.**, **Romero, J.** y Casaló, L., 25th International Conference on Corporate and Marketing Communications, 2021.
6. Factores explicativos de la popularidad de Airbnb en Instagram: un enfoque fsqca, **Cerdá-Mansilla, E.**, **Rubio N.** y **Campo S.**, AEMARK, Universidad de Jaén, 2021.
7. La cocreación de valor en la comunidad virtual: motivaciones socio-responsables y su efecto sobre la autenticidad. **Rubio, N.**, **Villaseñor N.** y **Yagüe M.J.** AEMARK, Universidad de Jaén, 2021.
8. Equity crowdfunding and the democratization of finance **Andrés, P.** , **de**, Seminario LSE Cañada-Blanc Centre, 2022.
9. Pay Gaps, Incentives, and Bank Performance, **Andrés, P. de**, Finest Conference, Bayes Business School, City University of London. 2022.
10. Corruption, disclosure, and market discipline: Evidence from the banking industry. **Andrés, P. de**, Polizzi, S., Scannella, E., y Suárez N., Wolpertinger Conference, 2022.
11. Omnichannel sense of coherence in consumer perceptions of retail brands. **Jiménez Barreto, J.**, **Rubio N.**, y **Campo, S.** 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK Universidad de Valencia, 2022.
12. Omnichannel sense of coherence in consumer perceptions of retail brands.

- Jiménez Barreto, J.,** Lurie, N., **Rubio N.,** y **Campo, S.** Association for consumer research conference ACR, Denver. 2022
13. Conceptualización de los destinos turísticos inteligentes por turistas, residentes, gestores y expertos. **Cerdá-Mansilla, E., Rubio N.,** y **Campo, S.** 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Universidad de Valencia, 2022.
 14. Alexa, give me a hand: On GenZ's smart speaker acceptance in retail. **Schmitz, A., Quiñones, M.,** y **Díaz-Martín, A.M.,** ICMARKTech, Universidad de Santiago, 2022.
 15. Experiencia del cliente en el mercado hotelero: Una revisión sistemática de la literatura. **Veloso, M.,** y **Gómez-Suárez, M.** 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Universidad de Valencia, 2022.
 16. The effect of Covid-19 on Behavioral Engagement with Luxury Hotels: An Observation on Facebook. **Veloso, M., Gómez-Suárez, M.** y **Quiñones, M.** 1st International Workshop in Marketing, Sustainability and Resilience. 2022
 17. La responsabilidad social corporativa de la comunidad virtual y su vinculación con la cocreación de valor y el capital de marca. **Villaseñor, N., Rubio, N., Yagüe, MJ** y **Oubiña, J.** 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Universidad de Valencia, 2022.
 18. The role of automated social presence and psychological ownership on customer responses towards smart speakers in service interactions. **Ruiz- Equihua, D., Romero, J.,** Casaló, L. y Loureiro, S., 33 Congreso Internacional de Marketing AEMARK, Universidad de Valencia, 2022.
 19. The use of artificial intelligence in the hospitality industry: understanding customer service interactions with smart speakers. **Ruiz- Equihua, D., Romero, J.,** Casaló, L. y Loureiro, S., AIRSI -Technologies 4.0 in Tourism, Services and Marketing, 2022.
 20. Assessing the role of technology readiness in telemedicine adoption in an international context. **Schmitz, A., Díaz-Martín, A.M.,** y **Yagüe Guillén, M.J.,** AIRSI Technologies 4.0 in Tourism, Services and Marketing, 2022.
 21. Analizando la percepción de la utilidad de las reseñas online. **Ruiz- Equihua, D., Romero, J.,** y Casaló, L. IX Workshop de Jóvenes Investigadores en Economía y Empresa. 2022.
 22. The Financial Narrative Summarisation Shared Task (FNS 2022). M El-Haj, N Zmandar, P Rayson, M Litvak, N Pittaras, George Giannakopoulos, Aris Kosmopoulos, Blanca Carbajo-Coronado, **Antonio Moreno-Sandoval-**

Proceedings of the 4th Financial Narrative Processing ..., 2022.

23. The Financial Document Structure Extraction Shared Task (FinTOC 2022), J Kang, AA Azzi, S Bellato, B Carbajo-Coronado Mahmoud El-Haj, Ismail El Maarouf, Mei Gan, Ana Gisbert, **Antonio Moreno-Sandoval**- Proceedings of the 4th Financial Narrative Processing, 2022.

Formación

Estancias y Tesis doctorales

EL CIEDI promueve el desarrollo de tesis doctorales sobre las líneas de investigación prioritarias del Centro, así como estancias de sus investigadores en universidades internacionales de reconocido prestigio que les permite profundizar en cuestiones sobre la economía digital.

A continuación, se presentan algunas de las tesis doctorales defendidas por investigadores bajo la supervisión de miembros del CIEDI en el periodo 2021-2022.

Título: El impacto de la valencia de las reseñas online en las respuestas de los consumidores en la industria de la hostelería: factores moderadores.

Autor: Ruiz, Daniel.

Directores: Romero, Jaime. UAM. CIEDI y Casaló, Luis.

Fecha de lectura: 2022

Título: Hotel customer experience: how to attract consumers to improve word-of-mouth (wom) and booking intentions.

Autor: Veloso, Mónica.

Directores: Gómez, Mónica. UAM. CIEDI.

Fecha de lectura: 2022

Asimismo, miembros del CIEDI han disfrutado de estancias de investigación en instituciones internacionales para complementar su formación en el ámbito de la digitalización:

Lugar de estancia: Universidad Lusiada Norte en Oporto (Portugal)

Investigador: Mónica Veloso. CIEDI

Fecha: octubre-diciembre de 2020

Lugar de estancia: ISCTE Instituto Universitario de Lisboa (Portugal)

Investigador: Daniel Ruiz. CIEDI

Fecha: septiembre-diciembre de 2021

Lugar de estancia: Universidad de Surrey (Reino Unido)

Investigador: Elena Cerdá. CIEDI

Fecha: septiembre-diciembre de 2021

Cursos y seminarios

El CIEDI promueve la organización de diferentes cursos y seminarios de formación e investigación en competencias digitales para la empresa.

Título curso: Asignatura pendiente: impulsando el cambio cultural basado en el dato

Fecha: Abril de 2022.

Ponente CIEDI: Cruces, Raúl. UAM. Vicepresidente del Grupo de Datos y Gerente Senior Global de Datos en Banco Santander.

Título seminario: La GIG Economy desde la perspectiva del consumidor: un análisis de las representaciones y prácticas sociales del consumo electrónico.

Fecha: Septiembre de 2022.

Ponentes CIEDI: Alonso, Luis Enrique. UAM. Fernandez-Rodriguez, R. UAM y Yagüe, M.J (UAM).

Otras actividades

EL CIEDI organiza eventos para fomentar el debate sobre digitalización con el objetivo de conectar el ámbito profesional con el académico.

Título evento: Mujeres en Economía Digital

Fecha: Marzo de 2022

Ponentes: Carmen García (Socia ejecutiva IBM), Cristina Oyón (Directora de Tecnología en grupo SPRI, María Romero (Directora de Economía en AFI) y Verónica López (Consultora en AFI).

Moderadora: M^a Jesús Yagüe. UAM. CIEDI

También, el CIEDI estimula la organización y/o realización de iniciativas que favorecen la digitalización en el ámbito educativo. De esta forma, el Centro ha financiado la organización de un Festival Universitario de Cortos (MATUTEC) y otorga premios a Trabajos Fin de Grado (TFG) y Trabajos Fin de Máster (TFM) que versen sobre economía digital y contribuyan a generar conocimiento en este ámbito.

En los siguientes enlaces se recoge la información relativa a los cortos ganadores de la Primera Edición de MATUTEC celebrada en 2022.

Primer Premio I Festival Universitario de Cortos MATUTEC:
<https://www.youtube.com/watch?v=NhSJhpD0sJw>.

Segundo Premio I Festival Universitario de Cortos MATUTEC:
<https://www.youtube.com/watch?v=OiO4BuQc1fE>.

Tercer Premio I Festival Universitario de Cortos MATUTEC:
<https://www.youtube.com/watch?v=apY6x9xIzdY>.

En relación con la convocatoria del CIEDI de premios TFG y TFM, reunida la Comisión de Valoración para la selección de los premios TFG y TFM de Economía Digital del curso 2021/2022, acordó otorgar primer premio y áccesit entre los TFGs presentados.

1.- **I Premio al TFG** titulado “CONEXIÓN ENTRE ECONOMÍA CIRCULAR Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL: UN ANÁLISIS SECTORIAL Y CONJUNTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES TECNÓLOGICAS EN LAS EMPRESAS HACIA UNA ECONOMÍA ESPAÑOLA SOSTENIBLE” de los autores: Burgos, Milagros del Valle; Montilla Aguilar, Leticia; Moreno Cosgrove, Juan; Paso de Ory, Alejandro del grado de Grado en Administración y Dirección de Empresas y dirigido por D^a Ana M^a López García. UAM. CIEDI.

2.- **Accésit al TFG** titulado “MARKETING DE INFLUENCERS. INFLUENCER FITNESS EN INSTAGRAM. PATROCINIO ONLINE Y PRODUCT PLACEMENT”.

Del autor: Arroyo Bravo, Pablo del doble grado de En Derecho y en Administración y Dirección de Empresas y dirigido por Don Jano Jiménez Barreto. UAM. CIEDI.

Asimismo, el CIEDI con el objetivo de lograr una mayor difusión de las actividades realizadas y de favorecer la participación de sus miembros en diferentes proyectos innovadores, ha firmado en 2022 un **acuerdo de colaboración con la Cátedra UAM-Asseco en Economía y Gestión de la Innovación**. Con este acuerdo se busca estrechar la relación entre ambas entidades para aprovechar al máximo el trabajo de los equipos involucrados y su capacidad de difusión e intercambio de ideas, conocimiento y experiencia.

Recursos en línea

La web del CIEDI recoge **enlaces de interés** con la información aportada por instituciones cuya misión es promover la transformación digital, la economía del conocimiento y la digitalización (por ejemplo, MINECO España Digital 2025, FUNCAS Economía Digital e Industria, Observatorio de la Digitalización etc.). Asimismo, informa sobre las convocatorias de las actividades de estas instituciones (por ejemplo, ayudas a la digitalización del Ministerio de Innovación, de la Cámara de Comercio etc.).

Asimismo, la web del CIEDI recoge en su sección de **noticias**, información institucional y las convocatorias de las actividades programadas (premios...), así como información de las actividades realizadas por sus miembros.

Adicionalmente el **blog** publica con periodicidad información sobre cuestiones actuales de la digitalización, así como los resultados de las actividades que desarrollan sus miembros <https://ciediuam.es/blog/>.



Por último, el CIEDI tiene presencia en las principales redes sociales para promover sus actividades y convocatorias y, así acercar sus contenidos a un público más amplio.

Memoria económica

Presupuesto 2022

Proyecto de presupuestos para el ejercicio siguiente (2022) del Centro/Instituto CIEDI				
GASTOS			INGRESOS	
revisión de gastos de personal, gastos corrientes de funcionamiento o y equipamiento e inversiones.	a) Gastos de personal	9.566,00 €	Estimación de ingresos por actividad propia.	12.066,00 €
	b) gastos corrientes de funcionamiento	2.500,00 €		
	c) equipamiento e inversiones	0,00 €		
TOTAL GASTOS		12.066,00 €	TOTAL INGRESOS	12.066,00 €

	Partidas Gastos		Partidas de Ingresos	
	Personal		Proyecto	10.066
	Remuneración investigación "Comercio Conectado"	9.566	"Comercio Conectado" Ministerio de Industria Comercio y Turismo	
	Gastos corrientes	2.500	IP: Natalia Rubio Benito	
	Acto de presentación del Centro	500	Otros ingresos estimados por actividades propias	2.000
	Mantenimiento página web	600	Total	12.066
	Organización seminarios	800		
	Otros gastos difusión y comunicación	600		
	Total	12.066		

Liquidación presupuesto 2022

liquidación Proyecto de presupuestos para el ejercicio 2022 del Centro/Instituto CIEDI			
GASTOS			INGRESOS
Previsión de gastos de personal, gastos corrientes de funcionamiento y equipamiento e inversiones.	a) Gastos de personal	10.138,04 €	Ingresos por actividad propia, proyecto, trasposos FUAM y subvención UAM.
	b) gastos corrientes de funcionamiento	4.000 €	
	c) equipamiento e inversiones	0,00 €	
TOTAL GASTOS		14.138,02 €	TOTAL INGRESOS
			14.138,02 €

	Partidas Gastos		Partidas de Ingresos	
	Personal			10.138
	Remuneración investigación "Comercio Conectado"	10.138	Proyecto "Comercio Conectado" Ministerio de Industria Comercio y Turismo	
	Gastos corrientes	4.000	IP: Natalia Rubio Benito	
	Mantenimiento página web	960	Otros ingresos estimados por actividades propias (Traspaso 2.000€ códigos 701013 y 701014) + subvención de 2.000€	4.000
	Premios TFG/TFM	500		
	Pendiente de gasto	2.540		
	Total	14.138	Total	14.138