

CARMEN BERNÉ (IP), es **catedrática** de comercialización e investigación de mercados, plaza conseguida tras **habilitación nacional**. Desde septiembre de 2010 es la primera **directora** del recientemente creado Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Ejerce desde hace más de quince años como responsable en los tres ciclos de docencia, en asignaturas de la licenciatura en ADE, de DADE y en postgrado. Tiene reconocidos **cuatro tramos de docencia**, los correspondientes a su pertenencia a la institución como profesor permanente. En el ámbito de investigación la ANECA le ha reconocido los **tres tramos de investigación**, consiguiendo así un éxito de consecución de estos dos indicadores del 100%.

Se listan a continuación sus méritos en investigación en los últimos cinco años.

Publicaciones en revistas y libros:

Berné, C. (2005): "Retailing Strategies and Cross Shopping: A Spanish Study" **European Retail Digest**, 46 (Summer), Oxford: OXIRM.

Berné, C., García-Uceda, E; Pedraja, M. (2005): "Estrategias Defensivas del Pequeño Comerciante Minorista" **Economic and Business Journal** (Revista Internacional de Economía y Empresa). 120. Esic-Market. First quarter January-April. 243-263. **Indexada en in-recs.**

Berné, C., Múgica, J.M; Rivera, P. (2005): "The Managerial Ability To Control The Varied Behavior of Regular Customers In Retailing: Interformat Differences" **Journal of Retailing and Consumer Services**. 12. 151-164. **Indexada en JQL.**

Barlés, M y Berné, C. (2006): "Reflexiones sobre el Debate de los Horarios Comerciales". **Distribución y Consumo**, 88, Julio-Agosto, 99-108. **Indexada en in-recs.**

Berné, C. (2006): "La Demanda de Servicios Minoristas en España". **Información Comercial Española**. 828, 83-98. **Indexada en in-recs.**

García-Uceda, M.E. y Berné, C. (2006): "Estrategias de Atracción de Visitantes". **Expone. Revista profesional de Ferias y Eventos**, 42-43.

Riveros, J. y Berné, C. (2006): "Aplicación del Marketing en Hospitales Públicos desde la Perspectiva de los Funcionarios: Caso Hospital del Sur de Chile". **Revista Médica de Chile**. 134, 353-60. **JCR (0,405) y Scielo.**

Berné, C. y García Uceda, M.E. (2007): Criteria involved in evaluation of trade shows to visit". **Industrial Marketing Management**. 37, 565-579. **JCR (0,911).**

Berné, C. y García-Uceda, M.E. (2007): "Targeting Efficiencies among Trade Show Non-Attendees" **Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing**. 15 (3), 146-157. **Indexada en JQL y ABS.**

Berné, C., Fuente, H., Martínez, N. y Marzo, M. (2007): "Análisis de la Evolución del Formato Minorista de Conveniencia (1998-2004)". **Revista de Empresa**. Fundación Instituto de Empresa e Iberoamerican Academy of Mangement (eds.). Enero-Febrero-Marzo, 19, 32-47.

Berné, C., García-Uceda, M.E. y Riveros, J. (2007): "Managerial User Orientation and the Effectiveness of Public Health Services". **Revista Internacional de Marketing Público y No Lucrativo** 4 (1-2), 31-45. Indexada en Cabell's y Ebsco.

García Uceda, E. y Berné, C. (2007): "¿Por qué algunos minoristas no visitan ferias profesionales?" **Cuadernos Aragoneses de Economía**. 2ª Epoca, 17 (2), 467-486. **Indexada en in-recs.**

Berné Manero, C. & Martínez Caraballo, N. (2007): "Estudio del comportamiento variado de consumo de los hogares españoles con datos panel", **Estudios sobre Consumo**, 82, 49-62. **Indexada en in-recs.**

Berné, C. y García-Uceda, M.E. (2007): "Las Ferias de Profesionales: Creación de Valor desde la Red de Negocio y la Comunidad". **Mediterráneo Económico**. Monográfico sobre los Nuevos Enfoques del Marketing y la Creación de Valor. 11, 375-396. Fundación Cajamar. **Indexada en in-recs.**

Riveros, J. y Berné, C. (2007): "Análisis de la Opinión de Usuarios sobre Calidad Percibida y Satisfacción con Hospitales Públicos. Estudio de Caso desde la Perspectiva de la Aplicación del Marketing". **Revista Médica de Chile**, 135, 862-870. **JCR (0,405) y Scielo.**

- Berné, C., García-González, M. y Múgica, J.M: (2008) “Interdipendenza e Incertezza Ambientale come Elementi Determinanti dell’intensità Relazionale nei Canali Distributivi. Analisi nell’ambito dell’industria del Turismo”. **Micro-Macro Marketing**. Anno XVII (2) 193-206.
- Berné, C. y Martínez, N. (2008): “El Comportamiento Variado del Consumidor: Estado de la Cuestión”, **ICADE-Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales**, 75, Septiembre-Diciembre de 2008, 315-336.
- Berné, C. y Martínez, N. (2008): “Motivos Intrínsecos y Extrínsecos de la Variación del Escenario de Compra. Una Aplicación a las Decisiones de Compra de los Hogares”, **Cuadernos Aragoneses de Economía**, Segunda Época, 18 (2), 295-312. **Indexada en in-recs.**
- Berné, C.; Martínez, N.; Gargallo, P. y Salvador, M. (2008): “Análisis del Comportamiento Variado de Compra de los Hogares Españoles: una Aproximación Bayesiana”, **Estadística Española**, Instituto Nacional de Estadística, 50 (269), 479-521. **Indexada en in-recs.**
- Berné, C. (2009): “Casos de distribución comercial. Carreras Grupo Logístico”. Colección textos Docentes. **Prensas Universitarias de Zaragoza**. N° 167. **LIBRO**
- Berné, C., Fuente H. y Marzo, M. (2009) “An economic analysis of the convenience retail format in Spain (1998-2004)”. **International Journal of Retail and Distribution Management**. 37 (1), 81-97. **Indexado en JQL.**
- Fuente, H., Berné, C., Pedraja, M. y Rojas, J.L. (2009), “Análisis de la Eficiencia Técnica y Productividad del Marketing para una Compañía de Seguros de Vida”, **Panorama Socioeconómico**, 38, 44-59. **Indexada en Latindex.**
- Berné, C. y Martínez, N. (2009): “Determinantes del Comportamiento Variado del Consumidor en el Escenario de Compra”, **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, 18 (3), 99-113. **Indexada en in-recs.**
- Berné, C. y Múgica, J.M. (2010): “Identification of Variety Cycles in Food Choices: Its’ Impact on State Dependence Coefficients”. **Food Quality and Preference**, 21, 639-647. **JCR (1,941).**
- Berné, C. y García-Uceda, M. E (2010): “Modelling the Exhibitor’s performance in-show and its consequences”. **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, 4. **Indexada en in-recs.**
- Berné, C., Riveros, J. y Múgica, J.M. (2010): “Gestión y Satisfacción en Servicios de Salud de Chile: Contraste entre las Percepciones de Funcionarios y de Usuarios”. **Revista Médica de Chile**; 138, 622-630. **JCR (0,405) y Scielo.**
- Berné, C., García-González, M., García-Uceda, M.E. y Múgica, J.M. (2010). “Modelling ICT’s Effects on Tourism Business Performance”. Aceptado para su publicación en **International Journal of Management and Business** (2010). **Indexado en JQL.**
- Pedraja, M., Marzo, M., Berné, C., y Rivera, P. (2010): Elementos Clave para el Desarrollo del Enoturismo en Aragón desde la Perspectiva de la Demanda Aragonesa. Consejo Económico y Social de Aragón (CESA). País: Zaragoza (España). **LIBRO.**
- Berné, C. y Marzo, M. (Coordinadoras del libro) “La inferencia Bayesiana. Aplicaciones al marketing”. (2010). Prensas Universitarias de Zaragoza. **LIBRO.**
- Berné, C., García-González, M. y García-Uceda, M. E. (2011): “La Influencia de las TIC en la Estructura del Sistema de Distribución Turístico”. Aceptado para su publicación en la revista **Cuadernos de Turismo**. 28, segundo semestre. **Indexada en in-recs.**
- Berné, C., Lozano, P. y Marzo, M. (2011) “Innovación en la docencia universitaria a través de la metodología MTD”. Aceptado para su publicación en la **Revista de Educación**, número 355, mayo-agosto de 2011. **Revista indexada en JCR.**
- Berné, C., García-, M. y Múgica, J.M. “How ICT Shifts the Power Balance of Tourism Distribution Channels”. Aceptado para su publicación en la revista **Tourism Management**. **JCR (1,882).**

Comunicaciones y ponencias, presentados tanto en congresos nacionales como internacionales:

- Berné, C. y Martínez, N. (2005). "Estudio de la Relación entre Lealtad de Comportamiento y Estructural a un Escenario de Compra". **4th European Marketing Trends Congress**. París.
- Berné, C. y García-Uceda, M. (2005). "Origen y Consecuencias de los Resultados de la Exposición en Ferias Profesionales". **4th European Marketing Trends Congress**. Paris.
- Berné, C. y Múgica, J.M. (2005). "Demand for Variety and State Dependence Coefficients, are they affected by a Variety Cycle?" **34th EMAC Conference**. Milan.
- Berné, C. y Martínez, N. (2005). "Behavioural Loyalty and Scenario of Purchase". European Association for Education and Research in Commercial Distribution, **13th International EAERCD Conference on Research in the Distributive Trades**. School of Economics and Management. Lund University.
- Berné, C. y García-Uceda, M. (2005). "Selection of Trade Show and Effective Visit" **12th International Conference on Retail and Consumer Services Science**. European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS). Orlando, Florida.
- Berné, C. y Riveros, J. (2005). "Orientación al Usuario y Satisfacción con el Servicio: Análisis Confirmatorio sobre Datos de Usuarios de Hospital Público del Sur de Chile". Documento Libre presentado en el **X Congreso del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD)**. Del 18 al 21 de Octubre en Santiago de Chile.
- Berné, C. y Martínez, N. (2006) "Análisis de los Hábitos de Compra de la Unidad Familiar Utilizando Datos Panel". **5º Congreso Internacional: Marketing Trends**. Venecia.
- Riveros, J., Berné, C., García-Uceda, M.E. y Miranda, J.C. (2006). "Modelización sobre la Medición de la Orientación al Usuario y su Satisfacción: Aplicación a un Hospital del Sur de Chile". **22º Encuentro Nacional de Escuelas y Facultades de Administración y Economía (ENEFA)** Universidad Santiago de Chile.
- Berné, C. Gargallo, P., Martínez, N. y Salvador, M. (2006). "A Dynamic Bayesian Analysis of Households Varied Behaviour". **9th International Conference on Retailing and Commercial Distribution Teaching and Research Issues**. London Brunel University (U.K.). June. Presentado junto con
- Berné, C. Riveros, J. y García-Uceda, M.E. (2007). "Customer Orientation Management as an Antecedent to Satisfaction. An Application to Public Health Services". **6th International Congress Marketing Trends**. ESCP-EAP. París.
- Berné, C. Martínez, N. y S. Burt, (2007). "Determining How and Why Consumer Purchasing of Grocery and Household Products Varies". **Conference of the European Association of Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD) Conference CD**. Saarbrücken (Alemania).
- Berné, C. Múgica, J.M. y García-González, M. (2007). "Determinants of Distribution Channel Structures in the Tourism Sector: do Information Technologies Working the Same Direction as in the Channels Goods?" **Travel Distribution Summit. Eye-Travel**. London.
- Berné, C. y Riveros, J. (2007). Conferencia Invitada: "La Aplicación del Marketing en Hospitales Públicos desde la Perspectiva de los Funcionarios: el Caso de un Hospital del Sur de Chile". **Primer Congreso Chileno de Salud Pública. Santiago de Chile**.
- Berné, C., Riveros, J. y García-Uceda, M.E. (2007). "Análisis de la Efectividad de la Gestión Hospitalaria desde el Usuario. Casos en Chile". **VI Congreso Internacional de Marketing Público e não Lucrativo**. Braga (Portugal).
- Berné, C., Grillo, A y Pedraja, M. (2007): "Efectos de los Eventos Internacionales según las Percepciones de los Ciudadanos: El Caso de la Expo 2008". **XVII Congreso Nacional ACEDE**. Sevilla.
- Berné, C. y Riveros, J. (2007): "Análisis de la Relación entre la Orientación al Usuario y su Satisfacción y su Impacto en la Efectividad de los Servicios de Salud: Estudio de Casos en los Hospitales Públicos del Sur de Chile". **XIII Encuentro Nacional de Facultades de Economía y Administración**, ENEFA. Valdivia. Chile.
- Berné, C.; Gargallo, P.; Martínez, N. y Salvador, M. (2008): "Influencia de las Características de los Hogares en la Variación Dinámica Continua de su Escenario de Compra", **XVIII Congreso Nacional de ACEDE**, León.

- Berné, C.; García, M. y Múgica, J.M. (2008): “Interdependence and Environmental as Drivers of Relationships Intensity in Channels: An Analysis in the Tourism Sector”. Ponencia presentada en el **7th International Congress Marketing Trends**, in Venice (Italy).
- Berné, C., García-Uceda, E., Riveros, J. y Torres, E. (2008): “Un Modelo de Efectividad de los Servicios de Salud”. **VII International Congress on Public and Nonprofit Marketing**. Faculty of Economics and Business Administration. University of Szeged, (Hungary).
- Marzo, M.; Pedraja, M. Berné, C., Jijena, R. y Rivera, P. (2009): “Percepción de los estudiantes sobre los servicios de su centro universitario”. **III Jornadas de Innovación Docente, Tecnologías de la Información y la Comunicación e Investigación Educativa**. Universidad de Zaragoza.
- Berné, C., Fuente, H., y Pedraja, M. (2009): “Mediciones Cuantitativas y Modelos de Productividad del Marketing de Servicios”. **XIV Congreso Latino-Ibero-Americano en Investigación de Operaciones**. Barranquilla (Colombia).
- Berné, C., Pedraja, M., y Ramo, P. (2009): “Corporate Social Responsibility: The State of the Question and Marketing Implications”. **8th Internacional Congreso f the Association of Public and Nonprofit Marketing**. Valencia
- Fuente, H., Berné, C., Pedraja, M., y Rojas, J.L (2009): “Productividad del Marketing en el Sector Servicios: Un Caso de Seguros de Vida”. **VIII Congreso Chileno de Investigación Operativa**, OPTIMA. Termas de Chillan (Chile).
- Berné, C., García-Uceda, E. y Múgica, J.M. (2009): “Determinantes de la Lealtad de los Expositores a los eventos Feriales”. **XIX Congreso Nacional- Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas**. Universidad de Castilla- La Mancha (Toledo).
- Berné, C., García-Uceda, E. y Múgica, J.M. (2009): “Information Technologies and Power Shifts in the Tourism Distribution Channels”. Ponencia científica presentada en **International Conference on Tourism Development and Management (ICTDM)**. Tourism in a Changing World: Prospects and Challenges. Kos (Grecia).
- Berné, C., García-Uceda, E. y Múgica, J.M. (2009): “The impact of Information Technologies and Consumer Participation on the Tourism Sector”. **8th International Congress Marketing Trends**, in Paris (France).
- Berné, C., García-Uceda, E. y Múgica, J.M. (2010): “Tecnologías de la Información y Cambios de Poder en los Canales de Distribución Turísticos. Un Modelo General”. **9h International Congress Marketing Trends**, in Venice (Italy).
- Berné, C. y Riveros, J. (2010): “Gestión y Satisfacción en Servicios de Salud de Chile: Contraste entre las Percepciones de los Funcionarios y los Usuarios”. **2º Congreso chileno de salud pública**. Universidad de Chile. OPS - MINSAL, Santiago (Chile).
- Berné, C., García-Gonzalez, M., García-Uceda, E. y Múgica, JM. (2010): “Modeling ICT’s Effects on Tourism Business Performance”. **8th International IAMB Conference**, Madrid (España).
- Berné, C., Marzo, M. y Lozano P. (2010) “Aprendizaje Innovador en la docencia a través de la metodología triangular (alumno-empresa-profesor)” **IV Jornadas de Innovación Docente, Tecnologías de la Información y la Comunicación e Investigación Educativa** en la Universidad de Zaragoza.
- Berné, C., García-Gonzalez, M., García-Uceda, E. y Múgica, JM. (2010): “Modelización de los Cambios en el Sistema de Distribución del Sector Turístico debidos a la Incorporación de las Tecnologías”. **XX Congreso Nacional de ACEDE**. Granada.
- Berné, C., Fuente, H., y Pedraja, M. (2011): “Modeling Marketing Productivity Services. Applications from Secondary Information Sources”. Ponencia aceptada para el **18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science**. San Diego (EEUU).

Participación en proyectos de investigación:

Proyecto: “Análisis de la Efectividad del Marketing en los Servicios Minoristas” **Ministerio de educación y Ciencia**. 2005/2008. Investigador Principal: José Miguel Múgica Grijalba

Proyecto: “Análisis del papel de los inmigrantes como consumidores” **Universidad de Zaragoza.** Duración, desde: 2006 hasta: 2006. Investigador principal: Marta Pedraja Iglesias.

Grupo Consolidado: Mercado, Reputación y Marketing. **Diputación General de Aragón.** (2003 y 2004). Investigador Principal: Alberto Lafuente.

Grupo de Excelencia: CREVALOR. Creación de Valor en las Organizaciones. **Diputación General de Aragón.** 2005 a 2010 Investigador Principal: Vicente Salas. Línea de Investigación: Medición y Modelización de la Efectividad del Marketing de las Organizaciones. Coordinadora: C. Berné.

Proyecto: “Obtención de los determinantes y medición de la variedad estructural y temporal en bienes de gran consumo. Aplicación al escenario habitual de compra desde el análisis bayesiano”. **DGA (2006-2008) Investigador Principal: Carmen Berné.**

Proyecto: “Comportamiento de Compra de los Hogares Turolenses. Análisis del Reparto de Gasto en Bienes de Consumo”. **Instituto de Estudios Turolenses. Diputación de Teruel.** 2006.

Proyecto: “La rentabilidad del marketing y la participación de los clientes en sistemas de distribución de servicios” **Universidad de Zaragoza.** (2010). **Investigador responsable: Carmen Berné.**

Proyecto: “La Rentabilidad del Marketing y la Participación de los Clientes en Sistemas de Distribución de Servicios”. Ministerio de Ciencia e Innovación. **Plan Nacional de I+D+i 2008-2011. Investigador responsable: Carmen Berné (2011-2013).**

Contratos de investigación de especial relevancia en empresas o en AA.PP:

Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Zaragoza. “Estudio sobre la Conducta de Marketing de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Zaragoza”. Investigador Principal: Dra. Carmen Berné.. 01/06/2007 a 28/02/2008.

SABECO. “Estudio de valoración sensorial de marcas blancas”. 25/06/2009 a 31/08/2009. Investigador Responsable. Marta Pedraja Iglesias.

BSH ELECTRODOMÉSTICOS. “Caracterización de Clientes de Canal de Distribución de BSH”, 01/06/2009 a 31/12/2009. Investigador responsable: Carmen Berné.

María Yus. “Análisis de Clientes”. 1/12/2009 a 31/12/ 2010. Investigador Principal: Carmen Berné.

Tesis doctorales dirigidas:

García Uceda, E.M. (2005): “**Las Ferias desde el Marketing. Análisis de las Decisiones de los Visitantes y de los Resultados de los Expositores**”. Dirigida por Dra. Berné. Universidad de Zaragoza.

Riveros Sudy, J. (2009): “**Aplicación del Marketing en las Estrategias de Gestión y Modernización de Organismos del Sector Público: Análisis de Casos en Chile**”. Dirigida por Dra. Berné. Universidad de Zaragoza.

García González, M. (2009): “**Estructuración y Emergencia de Tipologías de Sistemas de Distribución Electrónica. Una Aplicación en el Sector Turístico**”. Dirigida por Dra. Berné y Dr. Múgica. Universidad de Zaragoza.

Fuente Mella, H. (2009): “**Mediciones Cuantitativas y Modelos de Productividad del Marketing de Servicios**”. Dirigida por Dra. Berné y Dra. Pedraja. Universidad de Zaragoza.

Premios recibidos:

II Premio a la Innovación Docente, con el proyecto “Innovación en la Docencia a través de la metodología MTD”. Año 2007. Consejo social. Universidad de Zaragoza.

Premio de Investigación “Ángela López Jiménez”: “Elementos Clave Para El Desarrollo del Enoturismo en Aragón desde la Perspectiva de la Demanda”. Año 2008. Investigador principal Marta Pedraja. Concedido por el Consejo Económico y Social de Aragón.

The Best Applied Paper Award. “Modeling ICT’s Effects on Tourism Business Performance”. 8th IAMB conference. Madrid (2010)

Otros méritos de investigación:

Miembro, desde 2005, del **Comité Editorial** de la Revista Internacional de Marketing Público y No Lucrativo.

Evaluador de la **Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP)**. Proyectos de Investigación del Plan Nacional y otras convocatorias competitivas.

Evaluador de la **Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León. ACUcyl**.

Evaluador de trabajos y ponencias presentados al XVII Encuentro de Profesores de Marketing, 2005; al XVIII Encuentro de Profesores de Marketing, 2006; al 5th International Congress Marketing Trends, 2006; al 6th International Congress Marketing Trends, 2007; al XVII Congreso Nacional de ACEDE, 2007; a la 5th Iberoamerican Academy of Management, 2007; al XIX Encuentro de Profesores de Marketing, 2007; miembro del Comité Científico del 7º Congreso Internacional Paris-Venice Marketing Trends, 2008.

Evaluación de Documentos para Revistas de Investigación: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa; Revista Española de Investigación en Marketing; Journal of Retailing and Consumer Services; Investigaciones Económicas; Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa; Management Research; International Journal of Retail and Distribution Management; Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa; Cuadernos Aragoneses de Economía.