



Fecha del CVA

22/05/2024

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre	Alicia Cándida		
Apellidos	Blanco González		
Sexo (*)		Fecha de nacimiento	
DNI			
Dirección email			
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)			

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrática de Universidad		
Fecha inicio	Junio de 2022		
Organismo/ Institución	Universidad Rey Juan Carlos		
Departamento/ Centro	Economía de la Empresa		
País	España	Teléfono	
Palabras clave	Legitimidad Organizativa, Teoría Institucional, Responsabilidad social, Ética		

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

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2019-2022	Profesora Titular de Universidad/ U. Rey Juan Carlos
2014-2019	Profesora Contratado Doctor/ U. Rey Juan Carlos
2009-2014	Profesora Titular Universidad Interino/ U. Rey Juan Carlos
2006-2009	Profesora de Escuela Interino/ U. Rey Juan Carlos
2005-2006	Becaria Predoctoral (FPU)

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad	Año
Doctorado	Universidad Rey Juan Carlos	2009
Master en Marketing	Universidad Rey Juan Carlos	2006
Experta Metodología de Investigación Estadística	Universidad Politécnica de Madrid	2007
Licenciada Ciencias Políticas y de la Administración	Universidad de Santiago de Compostela	2004

Parte B. RESUMEN DEL CV:

2 sexenios de investigación (2008-2013; 2014 -2019); 3 quinquenios; 5 docencias (excelentes)

Aportaciones científicas. Mi producción científica ha sido de: 53 trabajos publicados en revistas JCR. En total he publicado 60 trabajos en revistas científicas (WoS= 53; Scopus= 73). Estas publicaciones están siendo citadas y utilizadas como fuente de conocimiento por autores de todo el mundo. Los trabajos que he publicado se han citado 692 veces en WoS (H-index=16), 980 en Scopus (H-index=16), 2.736 en Google Scholar (H-index=27). Según WoS, nivel nacional me sitúo como la investigadora número 1 en publicaciones sobre legitimidad, y la número 5 a nivel internacional. Mi productividad, mi citación y la red de contactos consolidados los últimos años a nivel nacional e internacional han generado la acreditación a Catedrática de Universidad, la creación y co-dirección del “*Organizational Legitimacy Observatory*” adscrito a la Universitat Ramon Llull – Blanquerna, 2 sexenios de investigación y estancias en centros de investigación como Emerson College (USA), Universitat Ramon Llull, Universidad de Buenos Aires (Argentina) o South Bank University (GB), entre otras.

Mis aportaciones científicas se centran fundamentalmente en la gestión de la legitimidad organizativa. Durante mi carrera investigadora he ayudado a avanzar en el conocimiento sobre la legitimidad de forma teórica y empírica. Respondiendo a preguntas como: ¿qué factores influyen sobre la evaluación de la legitimidad de las empresas?; ¿cómo se consigue legitimidad?; ¿cómo se mide la legitimidad?; ¿qué dimensiones forman la legitimidad?; ¿qué resultados aporta la legitimidad a las empresas?; ¿la legitimidad es un efecto mediador?; ¿cómo los comportamientos éticos influyen en la legitimidad?; o ¿cuál es la agenda de investigación en el campo de la legitimidad?

Soy Directora del Grupo de Investigación Management & Business Economics Research Group de la URJC desde 2019 que ha generado 91 publicaciones WoS. Este grupo se ha convertido en el más prolífico en el campo de la legitimidad en España. Varios de sus miembros se encuentran entre el top75 mundial (WoS). He sido galardonada con 15 premios de investigación.

He participado como IP de 4 proyectos de investigación y como miembro del equipo de investigación en 10 proyectos de investigación a nivel nacional e internacional. He participado en 7 contratos por artículo 83 (3 IP) y 2 proyectos de investigación con entidades privadas. He sido la responsable de la firma de convenios con el Club de Exportadores e Inversores de España, Sanitas Mayores, Foro Ecuménico Social o la Fundación Camilo Prado para desarrollar investigaciones aplicadas.

Soy Vicepresidenta de AEDEM y Miembro del Consejo Asesor del Foro Ecuménico Social. Anualmente coordino el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad Social de Empresas (más de 10 años), organizo el Seminario sobre Responsabilidad Social en el que participan relevantes empresarios (más de 10 años) y formo parte del comité científico y organizador de congresos (AEDEM Annual Meeting, AEDEM International Conference o CIEM).

Mi capacidad formativa se demuestra en que en estos 10 años he dirigido 12 tesis doctorales que han dado lugar a publicaciones y proyectos, y han permitido que aquellos que querían desarrollar su carrera académica (la mayor parte) obtengan la acreditación a ayudante doctor, profesor contratado doctor y titular de universidad. Actualmente dirijo 2 tesis doctorales. Como Secretaria de la Fundación Camilo Prado llevo 10 años organizando Seminarios de Metodología de investigación dirigidos a investigadores noveles. Además, soy la coordinadora del área de Trabajos Fin de Grado / Master de AEDEM Annual Meeting. Mi calidad como docente y formadora se acredita en los 5 reconocimientos Docencia con la calificación de Excelente.

Soy Miembro del Comité Editorial de *European Research on Management and Business Economics* (JCR Q1). He sido revisora de más de 25 revistas indexadas (WoS/Scopus) y miembro de comités científicos de relevancia internacional. Miembro del Banco de Expertos de la Agencia Estatal de Investigación. División de coordinación, evaluación y seguimiento científico y técnico. Ministerio de Ciencia e Innovación (2021). Vocal Académico del Panel de Expertos para el proceso de renovación de la acreditación de títulos oficiales en las universidades de la Comunidad de Madrid. Fundación para el Conocimiento Madri+d.

Los Cargos de Gestión que he ocupado son los de Directora del Departamento de Economía de la Empresa, 200 PDI (desde 2023). Directora Master U. Dirección de Marketing Internacional (2021-2023). Vicedecana Ordenación Académica e Internacionalización de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales - 20.000 estudiantes, 5 campus y 29 grados simples (2017-2021) Coordinadora Grado Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (2017). Tutora Integral (2012-2016).

Parte C. LISTADO DE APORTACIONES MÁS RELEVANTES (últimos 10 años)

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

1. **JCR Q1 (5.8)**. Plaza-Casado, A., Blanco-González, A., Rivero-Gutiérrez, L., Gómez-Martínez (2024). Does the legitimacy of countries influence the internationalization of emerging market multinationals. *European Research on Management and Business Economics*, 30(1), 100233. <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2023.100233>
2. **JCR Q2 (5.6)**. Vila-Boix, L., Blanco-González, A., Miotto, G., Hernández-Perlines, F. (2023). The impact of social media advertising on brand' legitimacy. *International Entrepreneurship Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00939-1>
3. **JCR Q1 (10.969)**. Blanco-González, A., Cachón-Rodríguez, G., Hernández-Perlines, F., Prado-Román, C. (2023). Effects of Social Responsibility on Legitimacy and Revisit Intention: The Moderate Role of Anxiety. *Journal of Business Research*, 157, 113583. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113583>
4. **JCR Q3 (1.886)**. Cachón-Rodríguez, G., Blanco-González, A., Prado-Román, C., Díez-Martín, F. (2023). How Sustainable Human Resources Management helps in the evaluation and planning of Employee Loyalty and Retention: Can Social Capital make a difference? *Evaluation and Program Planning*. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102171>
5. **JCR Q2 (2.531)**. Payne, P., Blanco-González, A., Miotto, G., del-Castillo, C. (IN PRESS). Consumer Ethicality Perception and Legitimacy: Competitive Advantages in COVID-19 Crisis, *American Behavioral Scientist*. <https://doi.org/10.1177/00027642211016515>
6. **JCR Q3 (1.379)**. Pascual-Nebreda, L., Cabanelas-Lorenzo, P., Blanco-González, A. (IN PRESS). Understanding dissatisfaction through evaluation theory. *Managerial and Decision Economics*. <https://doi.org/10.1002/mde.3585>
7. **JCR Q1/D1 (5.056)**. Delgado-Aleman, R., Blanco-González, A., Díez-Martín, F. (2022). Exploring the intellectual structure of research in codes of ethics: a bibliometric analysis, *Business Ethics, the Environment and Responsibility*, 31(2), 508-523. <https://doi.org/10.1111/beer.12400>
8. **JCR Q1/D1 (10.884)**. Del-Castillo, C., Blanco-González, A., Hernández-Perlines, F. (2022). The impacts of Socially Responsible Human Resources Management on Organizational Legitimacy,

9. **JCR Q2 (6.15)**. Díez-Martín, F., Blanco-González, A., Miotto, G. (2021). The impact of state legitimacy on entrepreneurial activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00724-4>
10. **JCR Q3 (1.379)**. Cachón-Rodríguez, G., Blanco-González, A., Camilo Prado-Román, Díez-Martín, F. (2021) Sustainability actions, employee loyalty and the awareness: the mediating effect of organization legitimacy. *Managerial and Decision Economics*, 42, 1730–1739 <https://doi.org/10.1002/mde.3340>
11. **JCR Q2 (5.435)**. Díez-Martín, F., Blanco-González, A., Prado-Román, C. (2021). The intellectual structure of organizational legitimacy research: a co-citation analysis in business journals. *Review of Managerial Science*, 15, 1007-1043. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00380-6>
12. **JCR Q1/D1 (11.072)**. Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A., Díez-Martín, F. (2021). The effect of implementing environmental policies and employees' environmental training in multinational companies' legitimacy level in emerging countries. *Journal of Cleaner Production*, 312 (20), 127817 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127817>
13. **JCR Q1 (4.75)**. Díez-Martín, F., Blanco-González, A., Díez-de-Castro, E. (2021). Measuring a scientifically multifaceted concept. The jungle of organizational legitimacy. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100-131. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.10.001>
14. **JCR Q2 (2.531)**. Blanco-González, A., Miotto, G., Díez-Martín, F. (2021). Politics and Regionality: Does Region of Residence Affect the State's Legitimacy? *American Behavioral Scientist*, 65(3), 465-481.
15. **JCR Q2 (3.776)**. Escamilla-Solano, S., Paule-Vianez, J., Blanco-González, A. (2021). Disclosure of gender policies: do they affect business performance? *Heliyon*, 8(1), e09791. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08791>
16. **JCR Q3 (3.42)**. Cachón-Rodríguez G., Prado-Román, C., Blanco-González, A. (2021). The relationship between corporate identity and university loyalty: the moderating effect of brand identification in managing an institutional crisis. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 29 (3), 265-280 <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12342>
17. **JCR Q1/D1 (8.464)**. Toussaint, M., Cabalenas, P., Blanco-González, A. (2021). Social sustainability in the Food Value Chain: An integrative approach beyond Corporate Social Responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28, 103-115, 10.1002/csr.2035
18. **JCR Q3 (3.199)**. Pascual-Nebreda, L., Díez-Martín, F. Blanco-González, A. (2021). Changes and evolution in the intellectual structure of consumer dissatisfaction. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 160–172. <https://doi.org/10.1002/cb.1864>
19. **JCR Q1/D1 (8.74)**. Blanco-González, A., Díez-Martín, F., Cachón-Rodríguez, G., Prado-Román, C. (2020). Contribution of Social Responsibility to the Work Involvement of Employees. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27 (6), 2588–2598.
20. **JCR Q4 (0.925)**. Prado-Roman, C., Díez-Martín, F., Blanco-Gonzalez, A. (2020). The effect of communication on the legitimacy and performance of organizations. *Review of Business Management (RBGN)*, 22(3), 565-581 <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i3.4071>
21. **JCR Q1 (7.55)**. Miotto, G., Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A., (2020). Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' sustained competitive advantage. *Journal of Business Research*, 112, 342-353. doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076
22. **JCR Q3 (3.462)**. Saura, J.R., Palos, P., Blanco-González, A. (2020). The importance of Information Service Offerings of collaborative CRMs on Decision Making in B2B Marketing. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35 (3), 470-482. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2018-0412>
23. **JCR Q1 (3.317)**. Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A., González-Vázquez, E. (2019). The relationship between image and reputation in the Spanish public university. *European Research on Management and Business Economics*, 25(2), 87-92.
24. **JCR Q2 (1.601)**. Del Castillo, C., Blanco-González, A., González-Vázquez, E. (2019). Influence of Attitudes Toward Immigration on State Legitimacy. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 955-970.
25. **JCR Q2 (1.749)**. Blanco-González, A., Prado-Román, C., Díez-Martín, F. (2017). Building a European legitimacy index. *American Behavioral Scientist*, 61(5), 509-525.
26. **JCR Q3 (1.312)**. Díez-Martín, F., Blanco-González, A., Prado-Román, C. (2016). Explaining nation-wide differences in entrepreneurial activity: a legitimacy perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1079-1102. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0381-4>
27. **JCR Q1 (3.79)**. Díez-Martín, F., Prado-Román, C., Blanco-González, A. (2013). Beyond legitimacy: legitimacy types and organizational success. *Management Decision* 51(10), 1954–1969.

28. **JCR Q3 (0.60).** Prado-Román, C., Blanco-González, A. Díez-Martín, F. (2013). Exploring the Links between Goal-Setting, Satisfaction and Corporate Culture in Exhibitors at International Art Shows. *European Journal of International Management*, 7(3), 278-294.

C.2. Congresos

Más de 100 participaciones con ponencia en congresos Nacionales e Internacionales desde 2011.e.g. ACIEK, CBIM, AEDEM, IABD, IAMB, GIKA, Jornadas Hispano Lusas, AEMARK, INBAM.

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

- *Línea de investigación principal:* La gestión de la legitimidad. Teoría Institucional.
- *Líneas secundarias:* (i) Responsabilidad Social, Ética, Sostenibilidad; (ii) Emprendimiento

Directora **Grupo de Investigación de Alto Rendimiento Management & Business Economics Research Group**. URJC Inicio: 2019. Publicaciones totales: 81 (Wos) 96 (Scopus); 32 JCR nivel 1; 12 JCR nivel 2; 40 SJR Q1. 187% promedio de crecimiento del No publicaciones JCR periodo 2016-2021. No Publicaciones JCR por año: 2 (2016), 2 (2017), 2 (2018), 10 (2019), 11 (2020), 14 (2021). No citas: 350 (WoS), 410 (Scopus). Nº. de publicaciones in the top 10% most cited publications worldwide: 16 (16.7%). 18 (22%) Publications in Top Journal Percentiles. Grupo de investigación con más publicaciones JCR sobre legitimidad organizativa en España.

Directora **Organizational Legitimacy Observatory**. Universidad Ramón Llull – Blanquerna. Inicio: 2021 Publicaciones: 147 (Wos); 109 JCR. 130% promedio de crecimiento del No publicaciones JCR periodo 2017-2021. No Publicaciones JCR por año: 19 (2017), 4 (2018), 20 (2019), 26 (2020), 18 (2021). No citas: 1.092 (WoS). Citas por Publicación: 8.76 (WoS). H-Index 17 (Wos). 150% promedio de crecimiento del No citas Wos periodo 2017-2021. 17 miembros. Tres miembros del grupo forman parte del Top 100 Mundial (WoS) en el área de Business Economics.

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

13. Los dos últimos años ha liderado y/o participado en los siguientes proyectos de investigación relacionados con la legitimidad organizativa.

Investigador principal (IP):

- 2023. Estrategias ante la despoblación rural: Relaciones entre legitimidad organizativa, incertidumbre y competitividad empresarial. URJC-Ayuda puente. (6.340 euros)
- 2021. Impacto socio-económico del COVID-19 sobre el comportamiento del consumidor y las empresas. URJC-Banco Santander. (6.499,00 euros)
- 2021. Las políticas de igualdad de género como estrategia de legitimación empresarial. 2021. URJC-Ayuda puente. (7.600,38 euros)
- 2020. Legitimidad organizativa y Covid-19. Fundación Camilo Prado (5.000,00 euros)

Miembro de proyectos de investigación en colaboración con:

- 2022. Legitimation of newness and its impact on EU Agenda for change. European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under the Marie Skłodowska-Curie grant agreement No 860364 (7.300.000,00 euros)
- 2022. The Long-Covid Experience Study. Comunidad de Madrid - European Union (IP de Proyecto coordinado) (1.500.000,00 euros)
- 2022. Estudio del papel moderador de la legitimidad empresarial en la influencia de la incertidumbre de política económica en el desempeño y riesgo de insolvencia de las PYMES españolas (Comunidad de Madrid) (28.427,37 euros)

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados (últimos 10 años)

Participación en contratos artículos 83 y contratos de investigación: 2022 Propuesta de Indicadores de contabilidad social, FAEDEI (IP). 2021 Moonshot: Futuro de la Educación, Ruibal (IP). 2021 Moonshot: Un proyecto para la salud, empresa Bristol-Myers Squibb Company SAU (IP). 2012 Elaboración de una base conceptual de términos económicos y financieros, RACEF. 2010 Los programas de fidelización como canal de promoción y venta de estancias hoteleras. Tipificación del titular mediante árboles de decisión. Drumman Vega. 2010 Elaboración de un modelo de actualización de carteras de activos inmobiliarios. EUNCET – Escola Universtaria Unnim CaixaTerrasa.

Convenios para analizar la legitimidad organizativa suscritos con Club de Exportadores e Inversores de España, Sanitas Mayores, Foro Ecuménico Social.

Premios de investigación (16): 2024. Primer Premio del VIII Edición de Trabajos Fin de Grado del Colegio de Economistas de Madrid (tutora). 2022 Best Paper Award – ELSEVIER. 2021 Aedem International Meeting Best Paper Award in Marketing. 2021 Premio Calvez a la Responsabilidad Ciudadana - Categoría Investigadores. 2020 ACIEK Award. 2017 Premio ESIC de Investigación en Marketing. 2017 Premio a la Mejor Tesis de Marketing. 2017 Premio Calvez a la Responsabilidad



Ciudadana – Categoría Jóvenes investigadores. 2013 I Premio Reina María Cristina de Investigación en Economía. 2010 Premio ESIC de Investigación en Marketing. 2010 Premio IAMB Best Manuscript Young Scholar. 2010 Premio IAMB Best Manuscript Young Scholar Runner Up. 2010 Premio Cesgar a la Investigación Científica en SGR. 2008 Accedit Primero ESIC de investigación en marketing. 2006 Accedit FESIDE en Metodología de la Economía de la Empresa