

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA	31-03-2022
---------------	------------

Nombre y apellidos	M. JESUS YAGÜE GUILLEN		
Núm. identificación del investigador	Researcher ID	I-1128-2015	
	Código Orcid	0000-0002-0850-2780	

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad Autónoma de Madrid		
Dpto./Centro	Financiación e Investigación Comercial		
Dirección	Ciudad Universitaria de Cantoblanco. Madrid. 28049		
Teléfono	914978669	correo electrónico	maria.yague@uam.es
Categoría profesional	Catedrático de universidad	Fecha inicio	15-02-1994
Espec. cód. UNESCO	531105		
Palabras clave	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

A.2. Formación académica (título, institución, fecha)

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
DRA. CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	ZARAGOZA	1987
LDA. EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	ZARAGOZA	1981

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Tiene reconocidos 6 Sexenios de Investigación, conseguidos de manera ininterrumpida, el último se concedió en 2018 y se corresponde con el periodo (2013-2018). En los últimos diez años ha dirigido 7 tesis doctorales de un total de 16 (3 premios extraordinarios, 2 primer premio y 1 accésit de la AECC). Su curriculum recoge un amplio número de trabajos publicados en revistas del JCR de notable impacto en sus ámbitos de referencia, tales como: *Computers in Human Behavior* (Q1), *Journal Travel Research* (Q1), *International Journal of Hospitality Management* (Q1), *Journal of Destination Marketing & Management* (Q1), *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Q2), *Journal of Services Management* (Q2), *Journal of Retailing and Consumer Services* (Q2); *European Journal of Marketing* (Q3). 11 artículos Q1 publicados en total en revistas indexadas en los últimos 10 años.

Según Google Scholar sus trabajos han sido citados en un total de 4.352 ocasiones, recibiendo un promedio 356 citas anuales durante los últimos 5 años.

Su índice h es de 30 y su i10 es de 63. Según ResearchGate sus estadísticas se sintetizan en 58.711 lecturas de sus publicaciones, con un RG Score de 26,01 y 22 h-index, con 1.761 citas, además ocupa un percentil relativo superior al 82,5% de los miembros de ResearchGate. Según Scopus su h index es de 15 y sus citas 1.013 y según WoS Publons su h index es 13 y el número de citas alcanza las 724.

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

M^a Jesús Yagüe es catedrática de universidad desde 1994. Ha obtenido de manera ininterrumpida **6 sexenios** de investigación, el último corresponde al periodo 2013-2018.

Los resultados de su actividad investigadora se han publicado en revistas de impacto significativo en **JCR**: *Journal of Product and Brand Management*, *Frontiers In Psychology*, *Computers in Human Behavior*, *International Journal of Hospitality Management*, *Journal Travel Research*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *Journal of Services Management*, *European Journal of Marketing*, *International Journal of Market Research*, *International Journal of Tourism Research*, *Journal of Retailing and Consumer Services*; y en **SJR**: *Journal of Consumer Marketing*, *Journal of Marketing Management*, *J, Journal Business to Business Marketing*, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*,. Igualmente, ha publicado capítulos de libro en monografías de

investigación editadas por algunas de las editoriales de mayor prestigio en su área de conocimiento: **Elsevier, Springer, Gabler Verlag Research o IGI.**

Ha participado en proyectos financiados en convocatorias públicas del Ministerio desde 1985, y en los últimos 15 años ha sido investigadora principal ininterrumpidamente con evaluación satisfactoria en todos ellos. Además, ha participado y dirigido proyectos financiados en otras convocatorias competitivas (autonómicas, universidad). En los últimos diez años también ha sido investigadora principal de un número amplio de contratos y proyectos de transferencia de conocimiento, destacan 4 consecutivos financiados entre 2005 y 2008 por la Dirección General de Política Comercial del MINECO.

Ha sido miembro de la Comisión de seguimiento del Plan Nacional I+D+i para el área de Economía en 2005, 2009, 2010 y 2011. Ha sido evaluadora habitual de proyectos de investigación del plan nacional (**ANEP**) y de diversos planes autonómicos.

Ha formado parte de la Comisión Nacional de Evaluación de la Actividad Investigadora (**CNEAI**), de la Comisión de Acreditación del Cuerpo de Catedráticos de Universidad para el área de CSJE, y entre 2010-2014 ha actuado como experta de la **ANECA** para la acreditación a los cuerpos de titulares y catedráticos. En 2014 fue nombrada vocal del Comité de Acreditación de Profesorado Contratado de la ANECA, secretaria desde abril de 2015 y presidenta desde septiembre de 2017 hasta 31 diciembre de 2019. También ha formado parte de algunas comisiones autonómicas que valoran los tramos de investigación del personal universitario (AGAE, ACPUA, UNIQUAL) y de las comisiones autonómicas que valoran el perfil del personal docente e investigador de las convocatorias autonómicas (UNIBASQ, ACSUG).

Ha dirigido un total de 16 tesis doctorales, de las cuales 8 en los últimos 10 años. Todos los doctores han seguido carreras académicas. De ellos, 7 son titulares de la universidad pública española y 1 es contratado doctor; 4 son profesores permanentes en universidades privadas o extranjeras.

Su actividad docente ha obtenido evaluaciones favorables con 94 puntos sobre 100 del programa Docencia-UAM 2009-2012. En 2015 y en 2017 ha actuado en los Comités de Acreditación nombrados por la AVAP y UNIBASQ para títulos de Máster Oficial. En la actualidad es presidenta del comité de ciencias económicas de evaluación de calidad de titulaciones de ACSUCYL y miembro del comité de UNIBASQ. Ha impartido cursos y seminarios como profesora invitada en diferentes universidades españolas.

Presidenta-Fundadora de AEMARK. Pertenecer al Comité Científico de revistas científicas y es revisora de revistas indexadas en el JCR y el SJR.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES (ordenados por tipología)

C.1. Publicaciones

C.1.1. Publicaciones (Autores por orden alfabético) (JCR)

-Quinones, Myriam; Gomez-Suarez, Monica; **Yague, MJ**, 2021; "The thrill of a smart purchase: Does country matter?", **International Journal of Consumer Studies**. 46 (1): 295-308 10.1111/ijcs.12677.

-Rubio, Natalia; Villasenor, Nieves; **Yague, MJ**, 2021 "Influence of Value Co-creation on Virtual Community Brand Equity for Unichannel vs. Multichannel Users", **Sustainability**. 13 (15):10.3390/su13158403

-Rubio, N, Villaseñor, N. & **Yagüe, MJ**. 2020: "Value cocreation in third-party managed virtual communities and brand equity", **Frontiers In Psychology**, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00927>.

Rubio, Natalia; Villasenor, Nieves; Yague, MJ, 2021 "Value co-creation between consumers and distributors: the moderating effect of relationship characteristics", **International Journal Of Retail & Distribution Management**. 49 (7): 1067-1088. 10.1108/IJRDM-10-2020-0390

-Diaz-Martin, A.M.; Schmitz, A.; **Yagüe, M.J.** 2020: "Are health e-mavens the new patient influencers?", **Frontiers In Psychology**, Vol. 11, nº artículo 779.

-Rubio, N, Villaseñor, N. & **Yagüe, MJ**. 2020: "Sustainable Co-Creation Behavior in a Virtual Community: Antecedents and Moderating Effect of Participant's Perception of Own Expertise", **Sustainability**, 12(19), 8151; <https://doi.org/10.3390/su12198151>.

-Gomez-Suarez, M., Quiñones, M & **Yagüe, M.J.** 2020: "Targeting smart shoppers: a cross-country model", **The Journal of Business Economics and Management**. Vol.21(3), Pág.679-705.

- Rubio, N, Villaseñor, N. & **Yagüe, MJ.** 2019: "The role of private label tiers and private label naming strategies in the relationship between private label brand equity and store loyalty", **Journal of Product and Brand Management**, Vol.29(1), PÁG.124-138.
- Rubio, N, Villaseñor, N.; **Yagüe, MJ.** 2019: "Does use of different platforms influence the relationship between co-creation value-in-use and participants' co-creation behaviors? An application in third-party managed virtual communities", **Complexity**. Article ID 7562903, 15 pages. <https://doi.org/10.1155/2019/7562903>. (SCIE. IF 2017: 1.829, Q2:Multidisciplinary Sciences).
- Gómez, M.; Quiñones, M; **Yagüe, MJ** 2019:"The influence of consumers' value structure on the smart shopping experience: an international perspective", **European Journal of International Management**. (IF 2017: 0,672, Q4:Management).
- Berozpe, A; Campo, S.; **Yagüe, MJ.** 2018: "Am I Ibiza? Measuring brand identification in the tourism context". **Journal of Destination Marketing & Management**. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.04.005>. Available online June. (IF 2017: 3,667, Q1: Hospitality,Leisure, Sport & Tourism; Q1: Management).
- Rubio, N, Villaseñor, N.; **Yagüe, MJ.** 2017: "Creation of consumer loyalty and trust in the retailer through store brands: the moderating effect of choice of store brand name", **Journal of Retailing and Consumer Services**. Vol: 34 (January), pp.358-368. (IF 2017: 2,919, Q2:Business).
- Berozpe, A; Campo, S.; **Yagüe, MJ.** 2017: "Understanding the identity of Ibiza, Spain". **Journal of Travel & Tourism Marketing**. Vol. 34 (8), pp. 1033-1046. (IF 2017: 1,975, Q3: Hospitality,Leisure, Sport & Tourism)
- Gómez, A. Villaseñor, N. **Yagüe, MJ.** 2016. "Destination brand personality: An application to Spanish tourism". **International Journal of Tourism Research**. DOI:10.1002/jtr1997 Vol. 18 (3); pp 210-219. (IF 2016: 1,857, Q2:Hospitality,Leisure, Sport & Tourism).
- Romero, S.; **Yagüe, MJ.** 2015: "Relating brand equity and customer equity: An exploratory study". **International Journal of Market Research**. Vol.: 57(4) pp. 631-651. (IF 2017: 0,697, Q4:Business).
- Campo, S., Díaz, A. y **Yagüe, MJ.** 2014. "Market orientation in mid-range service, urban hotels : How to apply the MKTOR instrument". **International Journal of Hospitality Management**. Vol.43. pp.76 – 86 (IF 2014: 1,939, Q1: Hospitality,Leisure, Sport & Tourism).
- Campo, S.; Díaz, A.M.; **Yagüe, MJ.** 2014. "Hotel innovation and performance in times of crisis". **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. Vol. 26: pp. 1292 – 1311 (IF 2014: 1,407, Q2: Management, Q2:Hospitality,Leisure, Sport & Tourism).
- Cervera, A; Schlesinger, W.; **Yagüe, MJ.** 2013: "Influence of advertising on brand personality in the airline sector: The case of Spain". **Journal of Travel & Tourism Marketing**. Vol. 30(5) pp. 445-454 (IF 2013: 0,693; Q3: Hospitality,Leisure, Sport & Tourism).
- Okazaki, S. , **Yagüe, M.J.** 2012. "Responses to an advergame campaign on a mobile social networking site:An initial research report". **Computers In Human Behavior** . Vol.28, pp.78 – 86 (IF 2014: 2,694, Q1: Psychology & Multidisciplinary).
- Cuneo, A., Lopez, P., **Yagüe, M.J.** 2012. "Measuring private labels brand equity: A consumer perspective". **European Journal of Marketing**. Vol.46,pp.952-964 (IF 2014:1,006, Q3: Business).
- Rubio, N.; **Yagüe M.J.** . 2009. "The determinants of store brand market share: a temporal and cross-sectional analysis". **International Journal of Market Research**. Vol.51(4), pp 501-519 (IF 2014: 0.528, Q4: Business).
- Rubio, N. ; **Yagüe, M.J.** 2009. "Alternative panel models to evaluate the store brand market share: evidence from the Spanish market". **European Journal of Marketing**. Vol. 43(1/2), pp.110 – 138 (IF 2014:1,006, Q3: Business).
- Campo, S. ; **Yagüe, M. J.** 2008. "Tourist loyalty to tour operator: Effects of price promotions and tourist effort". **Journal of Travel Research**, Vol.46, pp.318 – 326 (IF 2014: 2,442, Q1: Hospitality,Leisure, Sport & Tourism).

C.1.2. Capítulos de libros

- Rubio, N., Villaseñor, N. y **Yagüe, M.J. (2016)**: Brand equity of store brands and its effect on customer value: Spanish consumer goods retail sector. In Gómez-Suárez, M., Martínez-Ruiz, P. (Eds.). *Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovering Economy*. IGI Global Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and Services. ISBN: 9781522502203.

- Rubio, N., Villaseñor, N., & **Yagüe, M. J. (2014)**. The role of the store brands in the creation of consumer loyalty and trust in the retailer within the context of consumer product distribution. In *National Brands and Private Labels in Retailing* (pp. 83-101). Springer International Publishing. ISBN: 978-3-319-07193-0.
- Campo, S, Díaz, A. y **Yagüe, M.J. (2012)**. Innovation and performance in Spanish hotels: the role of technological turbulence, in *Tourism marketing: on both sides of the counter, Progress in tourism marketing*. Advances in tourism research series. Elsevier. ISBN: 978-1-4438-4259-4.
- Okazaki, S Y Yagüe, M.J. (2010). Play our game and tell your friends: Pringle's brand campaign on a mobile social networking site in *Advances In Advertising Research* (European Advertising Academy), Glaber Verlag. ISBN: 978-3-8349-2111-6.

C.2. Proyectos

- **ECO2015-69103-R**: "La experiencia de compra multicanal en la construcción del valor del cliente", Ministerio de Economía y Competitividad, (01/01/2016-31/12/2018), 43.600 €, IP's: María Jesús Yagüe Guillén y Natalia Rubio Benito.
- Convocatoria del **XIX Premio de Investigación del Consejo Económico y Social**: "Una nueva política para impulsar la industria y el empleo", (01/11/2014 - 31/04/2016), 40.000€. Equipo interuniversitario y multidisciplinar. IP: Rafael Myro Sánchez; Responsable UAM: María Jesús Yagüe.
- **ECO2012-31517**: "El marketing de relaciones: la creación de valor en el marco de la lógica dominante de los servicios", Ministerio de Economía y Competitividad, (01/01/2012-31/12/2015), 40.000 €, IP: María Jesús Yagüe Guillén.
- **CEMU-2012-34**: "La marca y su historia: valor económico, empresarial y social", Universidad Autónoma de Madrid, (01/05/2012-30/04/2014), 40.000 €, IP: M^a Jesús Yagüe.
- **ECO2008-00488**: "El marketing de relaciones: del capital de marca al valor del cliente", Ministerio de Ciencia e Innovación, (01/01/2009-31/12/2011), 92.565€, IP: M^a Jesús Yagüe.
- **S2007/HUM-0413**: "Orientación emprendedora e innovación: información, flexibilidad y mercados", Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, (01/01/2008-31/12/2011), 424.000 €, IP: María Isabel Gutiérrez Calderón (IP UAM: María Jesús Yagüe).

C.3. Contratos

- Varios contratos de transferencia con el Ministerio de Economía, Turismo y Comercio, (Dirección General de Política Comercial), así como con asociaciones vinculadas con el sector comercio como la Confederación española de comercio (CEC), MERCASA, PROMARCA, etc. Entre ellos cabe destacar:
- La liberalización de horarios comerciales. Confederación española de comercio, (CEC). (2013). IP: M^a Jesús Yagüe.
- El comercio minorista en España: análisis de los modelos comerciales de las comunidades autónomas, impacto de la regulación comercial y, en especial, de la normativa sobre horarios comerciales. MERCASA, (01-01-2011-30-11-2011).
- Análisis de las estrategias seguidas por las principales empresas de distribución comercial en el mercado español. MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO. IP: M^a Jesús Yagüe.
- Análisis de la concentración espacial y del poder de mercado de las enseñas comerciales y su efecto sobre la dispersión de precios minoristas. PROMARCA (2011). IP's: Javier Oubiña y M^a Jesús Yagüe.
- Análisis de los márgenes comerciales de los productos de frescos de alimentación: efectos de la incertidumbre en los mercados de origen y destino. MINISTERIO DE ECONOMÍA, TURISMO Y COMERCIO. DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL (2009) IP: M^a Jesús Yagüe.
- Productividad y medidas de política comercial en la distribución comercial en España. MINISTERIO DE ECONOMÍA, TURISMO Y COMERCIO. DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL (2008). IP: M^a Jesús Yagüe.
- Los procesos formación de márgenes y precios de los productos de alimentación en fresco. MINISTERIO DE ECONOMÍA, TURISMO Y COMERCIO. DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL (2005-2008). IP: M^a Jesús Yagüe.
- Metodología y análisis de los márgenes comerciales y los precios minoristas de los productos de alimentación en fresco. (2004). MINISTERIO DE ECONOMÍA, TURISMO Y

COMERCIO. DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL (2005-2008). IP: M^a Jesús Yagüe.

-Análisis de las estrategias empresariales seguidas por las principales empresas de distribución comercial en el mercado español (2004). MINISTERIO DE ECONOMÍA, TURISMO Y COMERCIO. DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL (2005-2008). IP: M^a Jesús Yagüe.

- Valoración de la situación competitiva y recomendación de actuaciones dirigidas a incrementar la competencia en el sector de la distribución (2002). Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC). IP. Ignacio Cruz Roche.

-Contratos de asesoramiento y valoración pericial para instituciones y empresas de relevancia como Dewars, Cabify, Universal Music Spain, Monster, Unilever, Promusicae, etc. Entre ellos,

- Incidencia de la desconexión de Cibeles Confort Cars de la plataforma de Cabify a petición de MAXI MOBILITY SPAIN (2020-2021). IP's: M^a Jesús Yagüe y Javier Oubiña.

- Informe pericial contradictorio del dictamen emitido por MARKETINGGROUP sobre "La cuantificación de la regalía justa y razonable para solicitud de daños y perjuicios por infracción de la marca de Bodegas Aldonia y de los daños derivados de la dilución de la misma por parte del GRUPO BACARDÍ". GRUPO BACARDI ESPAÑA S.A.

-Dictamen Técnico-Pericial contradictorio del Dictamen académico y profesional elaborado Villafañe sobre el perjuicio económico causado a la firma PESCANOVA como consecuencia de la adopción de las medidas cautelares adoptadas por la acción de las compañías FRUDESA Y AMMIRATIS PURIS UNTAS contra la campaña publicitaria Capitán Pescanova. UNILEVER ESPAÑA, S.A.

- Informe sobre la remuneración de los artistas discográficos en el Canal Digital. Productores de Música de España – PROMUSICAE.

- Dictamen económico de refutación del informe-propuesta para el Servicio de Defensa de la Competencia Asociación de Derechos Intelectuales (AGEDI-AIE)

- El intercambio de fonogramas protegidos en la plataforma de internet perteneciente al Grupo Blubster. Productores de Música de España - PROMUSICAE

- Informe de evaluación sobre descargas de grabaciones en plataforma MP2P. Productores de Música de España - PROMUSICAE

- Informe pericial sobre la posible incidencia del press clipping en la explotación comercial de publicaciones periodísticas y análisis crítico del estudio realizado por Ipsos Media, titulado: El efecto de los press clipping. DOCUMENTACIÓN DE MEDIOS, S.A.

- Informe pericial sobre el intercambio de fonogramas protegidos en la página de internet Sharemula. Productores de Música de España - PROMUSICAE

- Informe sobre la participación de Promusicae y las grandes compañías discográficas en el mercado digital español de música. Productores de Música de España - PROMUSICAE

- Adecuación de las actividades de Cepreven al derecho de la competencia. Perspectiva económica. Informe de autoevaluación. CEPREVEN

C.4. Contribuciones a Congresos

Ha asistido con regularidad a los congresos internacionales de referencia en el área como: EMAC, EIRASS, Marketing Science Conference, International Marketing Trends, ATMC, NB&PL, y AEMARK.

C.5 Dirección de Tesis Doctorales

Ha dirigido 16 tesis doctorales en cinco universidades españolas tanto públicas como privadas. Todas ellas han obtenido la máxima calificación. Tres han obtenido premio extraordinario: Universidad de Murcia 2003 y UAM, 2004 y 2018; una el premio a la mejor tesis doctoral concedido por el área de Comercialización e Investigación Mercados 2004, Premio a la mejor tesis concedido por la AECC, 2014; Primer premio Catedra UAM-Asisa 2020; dos accésits, Convocatoria premios Víctor Mendoza y AECC.

C.6. Participación en tareas de evaluación de revistas científicas y congresos

Revistas científicas: European Journal of Marketing, The Services Industries Journal, International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Journal of Retailing and Consumer Services, International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, International Journal of Retail and Distribution

Management, Revista Española de Investigación de Marketing ESIC, Cuadernos de Gestión, Universia, Revista de Economía Industrial.

Congresos de investigación: International Marketing Trends Conference, EIRASS, EMAC, Congreso Nacional de Marketing, NB&LP Conference.

C.7. Miembro de comités internacionales

Co presidenta del Comité organizador del International Marketing Trends, ediciones 2016-2017. Comité Científico del International Marketing Trends, 2009-2019.

C.8. Gestión de la actividad científica

- Miembro de la comisión de selección de proyectos de I+D, área de Economía, Plan Nacional de I+D (2005, 2009, 2010 y 2011).
- Miembro de la comisión de la CNEAI, campo 8 (2003-2005; 2017).
- Miembro de la comisión de acreditación para el acceso a Cuerpo de Catedráticos de Universidad. (BOE 14-12-2007). Fecha finalización: Junio 2009. Programa Academia. ANECA.
- Miembro de la comisión de acreditación para el acceso a Profesores ayudantes doctores y contratados doctores. Desde marzo 2014-diciembre 2019. Secretaria desde abril 2015 hasta septiembre 2017. Presidenta desde septiembre 2017 hasta diciembre 2019. Programa PEP. ANECA.

C.9. Comités editoriales

- REIM (2005-2012).
- Revista de Economía Industrial (1997-actualidad).

C.10 Otros

- 6 tramos de investigación evaluados favorablemente por la CNEAI.
- Experta ANECA. Programa academia desde septiembre de 2009 hasta 2014.
- Miembro del comité científico de los encuentros de profesores universitarios de marketing desde la IV edición hasta la actualidad.
- Evaluadora de revistas científicas nacionales: REIM, REA, REDEE, RAE, ICE, EI, Universia e internacionales: European Journal of Marketing (EJM), International Journal of Hospitality Management (IJHM), The Service Industries Journal (SIJ), Journal of Retailing and Consumer Services (JRCS).
- Evaluadora de los congresos internacionales EMAC, IMT, NB&PL en diferentes ediciones.
- Evaluadora de proyectos de investigación de la ANEP, Comunidad de Madrid, Junta de Andalucía, Gobierno de Aragón, Gobierno de la Rioja, Gobierno Castilla y León, Gobierno Gallego.
- Presidenta del comité organizador de XVII EMARK, 2005.
- Vicedecana de ordenación académica e investigación de la Facultad de CCEE y EE de la UAM, desde mayo 1998 hasta abril 2001.
- Vicerrectora de profesorado de la UAM desde mayo 2001 hasta abril 2002.
- Coordinadora del Máster Oficial de Dirección de Marketing, UAM (2008-2013).
- Miembro del observatorio de la distribución comercial. Ministerio de industria, turismo y comercio, 2004-2012.
- Marketing Trends Award. 9th Edition International Conference Marketing Trends. Venice 21-23 January, 2010. Escp-Europe.