

CURRICULUM VITAE

Rocío Rodríguez Daponte

I. TITULOS ACADÉMICOS.

- Doctora en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Vigo, junio 2003. Calificación obtenida Sobresaliente Cum Laude por unanimidad.
- Premio Extraordinario de Doctoramiento en Administración y Dirección de Empresas del curso 2002/2003.
- Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Santiago de Compostela. (Especialidad en Inversión y Financiación).
- Master en Dirección de Empresas, MBA por el Instituto de Empresa, Madrid. Calificación obtenida Sobresaliente.
- Mediador de Seguros. Dirección General de Seguros. 2001.

II. EXPERENCIA PROFESIONAL NO DOCENTE.

- BUSINESS MANAGER en COLGATE-PALMOLIVE, S.A.E. (Marzo 1990/enero 1995).
- PRODUCT MANAGER en CONSERVAS CALVO. (Febrero 1995/ agosto 1997).

III. PUBLICACIONES.

- Otero Neira, C.; Rodríguez Comesaña, L. y Rodríguez Daponte, R. (1996): "La segmentación por atributos, un estudio en el sector de automoción", Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 2º núm. 3, pp. 107-117, I.S.S.N. 1135-2523.
- Otero Neira, C.; Rodríguez Comesaña, L. y Rodríguez Daponte, R. (1998): "La segmentación del mercado de automóviles en la ciudad de Vigo ante el comportamiento de compra de los consumidores, bajo una perspectiva multiatributos", Revista do Instituto Superior Politécnico PORTUCALENSE, vol. II, pp. 527-535, I.S.S.N. 0873-0784.
- Otero Neira, C.; Rodríguez Comesaña, L. y Rodríguez Daponte, R. (1998): "La calidad de los alimentos perecederos: el caso del producto "pescado fresco", Business in a Collaborative World, pp. 399-405, I.S.B.N. 84-605-8100-4.
- Otero Neira, C.; Rodríguez Comesaña, L. y Rodríguez Daponte, R. (1998): "Canales de distribución de pescado fresco en España", Business in a Collaborative World, pp. 389-397, I.S.B.N. 84-605-8100-4.
- Rodríguez Comesaña, L.; Otero Neira, C.; y Rodríguez Daponte, R. (1999): "Tendencias en la comercialización de pescado fresco en las PYMES", Desenvolvimento e Globalización, pp. 621-634, I.S.B.N. 84-8121-765-4.

- Rodríguez Daponte, R. y Dopico Parada, A. (1998): "El papel de un merchandiser en el punto de venta, un caso de mejora en distribución de productos de gran consumo", X Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing, pp. 389-397, I.S.B.N. 84-7356-180-5.
- Rodríguez Daponte, R.; Otero Neira, C. y Rodríguez Comesaña, L. (1998): "Canales de distribución en productos de gran consumo. El caso de las tiendas de descuento", Las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing, pp. 19-28, I.S.B.N. 605-8415-1.
- Rodríguez Daponte, R.; Otero Neira, C. y Rodríguez Comesaña, L. (1999): "La promoción de ventas como elemento táctico del Marketing-mix: descuento en precio para productos de gran consumo", El management en el próximo milenio, vol. II, pp. 167-174, I.S.B.N. 84-699-0000-5.
- Dopico Parada, A. y Rodríguez Daponte, R. (1999): "Análisis comparativo de la estructura y el proceso de innovación tecnológica en los sectores productivos gallegos", La gestión de la diversidad, pp. 205-211, I.S.B.N. 84-95301-11-3.
- Rodríguez Daponte, R. y Dopico Parada, A. (1998): "La función del merchandiser en el punto de venta como táctica para mejorar la distribución de productos de gran consumo", Revista de Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 4, núm. 3, pp. 29-39, I.S.N.N. 1135-2523.
- Rodríguez Daponte, R.; Otero Neira, C. y Rodríguez Comesaña, L. (2000): "Efectos de las promociones de precios de los detallistas en los patrones de compra por categorías de productos", Gestao XXI. Futuro e Perspectivas, vol. V, pp.409-418, I.S.B.N. 972-9341-28-1.
- Rodríguez Daponte, R. y Rodríguez Comesaña, L. (2001): "La internacionalización como estrategia de crecimiento en la industria de conservas de pescado", XI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, vol. II, Dirección estratégica, economía y derecho, pp. 187-198, I.S.B.N. 84-888611-08-0.
- Rodríguez Daponte, R. y Otero Neira, C. (2001): "La empresa familiar: concepto, características e internacionalización", XI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, vol. I Organización de empresas, pp. 337-346, I.S.B.N. 84-888611-14-5.
- Rey Lampón, Z. y Rodríguez Daponte, R. (2003): "Merchandising: El caso de las conservas de pescado", XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, pp. 305-313, I.S.B.N. 84-932973-0-5.
- Rodríguez Daponte, R. y López Miguens, M.J. (2004): " La empresa familiar exportadora. El caso de las empresas de congelados y conservas de pescado, moluscos y crustáceos", Revista Galega de Economía, vol. 13, num. 1-2, pp. 219-236, I.S.S.N.1132-2799.
- Rodríguez Daponte, R. (2004): " ¿Las empresas de conservas de pescado son empresas familiares?", Industria Conservera, núm. 50 pp. 74-80, I.S.B.N. VG. 618-1994.
- Rodríguez Daponte, R. y Del Oro Sáez C. P. (2005): "Factores determinantes del proceso de internacionalización. El caso del sector español de las conservas de pescado".Europa en una Economía Global. Estrategias para el siglo XXI , I.S.B.N. 84-9745-121-9.
- Rodríguez Daponte, R. (2006): "La experiencia internacional. El sector de las conservas de pescado", Revista ICADE, núm. 68, I.S.S.N. 0212-7377.

- Rodríguez Daponte, R. y González Vázquez, E. (2006): "Características internas en el proceso de internacionalización: Las peculiaridades de la empresa familiar", Boletín de Información Comercial Española, núm. 2891, pp. 45-60, I.S.S.N. 0214-8307.
- Rodríguez Daponte, R. (2006): " La motivación estratégica y la internacionalización. El caso del sector español de las conservas de pescado", IDEGA, I.S.B.N. 84-608-0387-2.
- Dopico Parada, A.I., Rodríguez Daponte, R y González Vázquez, E. (2012): "La responsabilidad social empresarial y stakeholders: un análisis clúster", Revista Galega de Economía, núm. 21 (1), pp. 99-114, I.S.B.N.1132-2799.
- Dopico Parada, A.I., Rodríguez Daponte, R y González Vázquez, E. (2014): ¿Qué actividades de Responsabilidad Social Empresarial son valoradas por los consumidores? El efecto sobre su comportamiento de compra, Revista de Administración de Empresas. RAE, núm. 54 (1), pp. 39-52, I.S.B.N. 0034-7590

IV. LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

- Rodríguez Daponte, R. (2003): "Residentes, inversores y turistas: a perspectiva do marketing de cidades" en Vázquez Vicente, X. H. (coord.) *Vigo. Economía y sociedad*, Vigo, Edicións Xerais de Galicia, pp. 211-218, I.S.B.N. 84-9782-047-9.
- Rodríguez Daponte, R. (2004): "La Empresa Familiar y su incidencia en los procesos de internacionalización. El caso del sector de las conservas de pescado", Servicio de publicaciones de la Universidad de Vigo, I.S.B.N. 84-8158-274-3.
- González Vázquez, E. y Rodríguez Daponte, R. (2005): "Conservas Daporta. Un hueco en el mercado", en González Vázquez E. y Álen González, E. (Coord) *Casos de dirección de marketing*, Pearson Prentice Hall, Madrid,pp. 1-5, I.S.B.N. 84-205-3922-8.
- González Vázquez, E. y Rodríguez Daponte, R. (2005): "Conservas Daporta y sus competidores", en González Vázquez E. y Álen González, E. (Coord) *Casos de dirección de marketing*, Pearson Prentice Hall, Madrid,pp. 132-135, I.S.B.N. 84-205-3922-8.
- González Vázquez, E. y Rodríguez Daponte, R. (2005): "Conservas Daporta y la distribución de sus productos", en González Vázquez E. y Álen González, E. (Coord) *Casos de dirección de marketing*, Pearson Prentice Hall, Madrid,pp. 181-183, I.S.B.N. 84-205-3922-8.
- Rodríguez Daponte, R. y Rodríguez Comesaña, L (2005): "Las características estructurales en los procesos de internacionalización", en González Santillo, F. y Terceño Gómez, A. (Coord) *Simultaneidad Decisional y Multifocalidad Empresarial* ,Morelia, pp. 74-86, I.S.B.N. 84-689-3581-6.
- Dopico Parada, A., Rodríguez Daponte, R. y Pérez Pererira, S. (2006): "Aproximación conceptual a la Responsabilidad Social Corporativa", pp. 1173-1182, I.S.B.N. 84-6900482-4.

- Dopico Parada, A., Rodríguez Daponte, R. y González Vázquez, E. (2007): “The Corporative Social Responsibility in galician companies”, pp. 793-805, I.S.B.N. 978-83-924656-1-4.
- Rodríguez Daponte, R., Dopico Parada, A. y González Vázquez, E. (2008): La Responsabilidad Social Empresarial. Un acercamiento a la realidad empresarial de Galicia. University, Society and Global Markets, pp. 309-324, I.S.B.N.978-84-691-5667-4.
- Rodríguez Daponte, R., Dopico Parada, A. y González Vázquez, E. (2010): La Responsabilidad Social Empresarial desde la visión de los consumidores. Global Financial&Business Networks and Information Management Systems, pp. 2015-222, I.S.B.N. 978-84-693-5512-1.
- Rodríguez Daponte, R. y Dopico Parada, A.I. (2012): RSE y Stakeholders: La visión de las empresas de Galicia ante los distintos grupos de interés. Responsabilidad social empresarial. Miradas plurales, un interés singular. UNAULA, pp.125-150. I.S.B.N. 978-958-83665-79.
- González Vázquez, E., Rodríguez Daponte, R. y López Miguens, M.J. (2014): Marketing Responsable. Estrategias de Marketing Sectorial, ESIC, PP91-118, I.S.B.N. 978-84-7356-992-7.

V. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

- “Investigación de mercado en el sector de automoción”, financiado por AUTOVIASA (IN-074-97). Duración noviembre 1997-marzo1998.
- Miembro del equipo investigador que ha desarrollado el proyecto “La competitividad de la Empresa Familiar: una aplicación al sector conservero gallego”, financiado por la Xunta de Galicia (PGIDT00PXI30004PR) (DOGA 25 agosto 2000). Duración 2000-2001. 8.415 €.
- Miembro del equipo investigador que ha desarrollado el proyecto “El sector de telecomunicaciones en Galicia: análisis del posicionamiento estratégico de Telefónica y determinación de las perspectivas de futuro mediante la potenciación de las nuevas tecnologías de la información”, financiado por la Cátedra Telefónica (CO-082-00). Duración 2000-2001.
- Miembro del equipo investigador que ha desarrollado el proyecto “La empresa gallega ante el reto de la Responsabilidad Social Corporativa”, financiado por la Xunta de Galicia (PGIDT05CS030001PR) (DOGA 5 de agosto de 2005). Duración 2005-2007. 41.360 €.
- Miembro del equipo investigador Cátedra de Empresa Familiar.
- Miembro del equipo investigador que ha desarrollado el proyecto “La responsabilidad social corporativa en Galicia desde la visión de los distintos grupos de interés”, financiado por la Xunta de Galicia (PGIDT07SEC024300PR) (DOGA 23 de noviembre de 2007). Duración 2007-2010. (53.510 €).

- Miembro del equipo investigador que ha desarrollado el proyecto “Efectos del Xacobeo en el desarrollo local: un modelo de variables e indicadores para aplicar a medio plazo en los municipios rurales del camino”, financiado por la Xunta de Galicia, PGDIT10TUR362003PR (DOGA nº 246 de 24 diciembre 2010). Duración 2010-2013. 45.134 €.
- Miembro del equipo investigador que ha desarrollado el proyecto “Dinámica, situación actual y análisis prospectivo (2000-2020) del Turismo de Frontera, como motor de desarrollo en Galicia”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, CSO2011-29529-C04-03. Duración 2011-2014. 24.200 €.
- Miembro del equipo investigador i-Mark que forma parte de la agrupación estratégica ECOBAS del sistema universitario de Galicia, financiado por la Xunta de Galicia (DOGA nº 211 de 5 noviembre 2015). Duración 2015-2017.

VI. OTROS MERITOS.

- Diversos cursos y conferencias entre los que podríamos destacar: "Introducción al marketing". Impartido en la Universidad de Vigo en el I y II curso de postgrado Especialista en Empresa Familiar, "La internacionalización de la Empresa Familiar: El caso de las empresas de conservas de pescado". Impartido en la Universidad Nacional de Educación a Distancia. "Las ventas en el mundo actual". Impartido en la Zona Franca.
- Organización del seminario RSE y los grupos de interés celebrado en el Club Financiero de Vigo.
- Ponente en las XXVI jornada Corresponsables celebrada Vigo en octubre de 2011. Publicación nº 26. ISSN 2013-0759.
- Secretaria General del curso de verano organizado por Forética, Responsabilidad Social Empresarial: Tendencias y retos para la empresa sostenible del 2020. Duración 30 horas.
- Coordinadora de distintos módulos en máster, como Responsabilidad Social Corporativa y practicas curriculares en el Máster en Gestión del Desarrollo Sostenible (MGDS) y en el Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas: Responsabilidad Social Corporativa, Calidad y Medio Ambiente (MAIE), del modulo de Marketing Internacional (virtual) en el Máster de Comercio Internacional de la Universidad de Vigo
- Vicedecana de Calidad en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Vigo desde el 8 de abril de 2013 (XF).