Aviso: [2026-11-12 11:36] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Luisa Martinez

Investigadora Auxiliar
BRU-Iscte - Business Research Unit
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral (IBS)



Contactos

E-mail	Luisa.Martinez@iscte-iul.pt

Currículo

Luisa Martinez é Investigadora Auxiliar na Business Research Unit (BRUISCTE), ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, e Professora Auxiliar convidada na Católica Lisbon Business & Economics. É também cofundadora da 'Escola da Cor'/'School of Color', a primeira instituição portuguesa totalmente dedicada ao ensino e consultoria em cor. Entre 2022 e 2025, desempenhou funções como Presidente da Associação Portuguesa da Cor. Foi ainda Professora Adjunta no IPAM Lisboa entre 2019 e 2025.
É doutorada em Gestão (U. Europeia), possui uma Pósgraduação em Gestão (Nova SBE), um Mestrado em Cor na Arquitetura (U. Lisboa) e uma Licenciatura em Arquitetura (U. Lusíada). Os seus interesses de investigação incluem a influência da cor e da sensibilidade sensorial no comportamento organizacional e do consumidor. Mais especificamente, explora temas como retalho, packaging, marketing digital, bemestar e o traço de Pessoa Altamente Sensível (PAS) aplicado ao marketing.
A sua investigação adota uma abordagem interdisciplinar, integrando áreas como gestão, marketing, design, psicologia e educação. O seu trabalho tem sido publicado em revistas académicas indexadas e peerreviewed, como Journal of Retailing and Consumer Services, Electronic Commerce Research, Electronic Commerce Research and Applications e Sustainability Accounting, Management and Policy Journal.

Áreas de Investigação

A influência da cor no comportamento do consumidor e organizacional
Bem-estar e estados emocionais

Traço de Pessoa Altamente Sensível (PAS)
Ambiente de loja
E-commerce e marketing digital
Sustentabilidade

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
Universidade Europeia	Doutoramento	Gestão	2019
Universidade Nova de Lisboa Nova School of Business and Economics	Pós-graduação	Curso Geral de Gestão	2013
Universidade de Lisboa Faculdade de Arquitectura	Mestrado	Cor em Arquitetura	2007
Universidade Lusíada de Lisboa	Licenciatura	Arquitetura	2001

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2025	Universidade Católica Portuguesa	Portugal	Orientação de dissertações de mestrado
Desde 2025	Escola da Cor	Portugal	Co-fundadora
2022 - 2025	Associação Portuguesa da Cor	Portugal	Presidente da Direção
2019 - 2025	IPAM Lisboa	Portugal	Docente e Investigadora
2018 - 2019	Universidade Europeia	Portugal	Docente e Investigadora
2018 - 2018	IADE - Universidade Europeia	Portugal	Docente e Investigadora

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2026/2027	2º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão;	Não
2026/2027	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Katharina Stroh	Easy on the eyes, easy to buy? The impact of analogous vs. complementary packaging color combinations on consumer evaluation and the mediating role of processing fluency	Inglês	Universidade Católica Portuguesa	2026
2	Rita Cruz	Love at first sight? The influence of color on chocolate purchase intention among highly sensitive people	Inglês	Universidade Católica Portuguesa	2026
3	Catarina Teixeira	Food cues in non-food categories: A sensory marketing study of Gen Z responses in beauty and fashion	Inglês	Universidade Católica Portuguesa	2026
4	Carolina Neves	A experiência do daltónico no e-commerce: O sistema colorADD em ambientes online	Português	IPAM Lisboa	2025
5	Pedro Valente	Assessing transformational leadership and self-leadership as enhancers of well-being in a remote work context	Inglês	IPAM Lisboa	2025
6	Patricia Lin	Toxic leadership and internal marketing: The effect of the HSP trait on satisfaction and engagement	Inglês	IPAM Lisboa	2025
7	Iasmina Mudava	Metaverso e marcas de luxo: Influência da transformação digital no engagement e intenção de compra do consumidor	Português	IPAM Lisboa	2024
8	Susanne Xintian Plötz	Um estudo sobre a Geração Z: A influência de vídeos sustentáveis no TikTok na atitude e intenção de compra do consumidor na Alemanha	Inglês	Nova School of Business and Economics	2023
9	Antonia Riedl	Motivações da Geração Z para comprar vestuário sustentável: Uma abordagem baseada na Teoria do Comportamento Planeado para identificar fatores influenciadores	Inglês	Nova School of Business and Economics	2023
10	Rafaela Vaz Pinto	A Influência da Luz no Comportamento do Consumidor em Compras Offline: O Traço de Alta Sensibilidade como Moderador na Atratividade e Qualidade Percebida	Português	IPAM Lisboa	2023
11	Catarina Raquel	Fatores Influenciadores do Green Brand Love nas Redes Sociais	Português	IPAM Lisboa	2023

12	Madalena Cardoso	Compras por Impulso Online e em Lojas Físicas na Geração X e Z: Mercado Fast Fashion	Português	IPAM Lisboa	2023
13	Rita Afonso	Moda de luxo online: As motivações do consumidor e a influência geracional na compra online de moda de luxo	Português	IPAM Lisboa	2023
14	Mónica Andrade	O papel dos green influencers nos hábitos de vida sustentável da geração Z	Português	IPAM Lisboa	2022
15	Ana Cláudia Amaro	Pessoas altamente sensíveis e o seu comportamento de compra online: O impacto dos estímulos visuais na intenção de compra	Inglês	IPAM Lisboa	2022
16	Carolina Bernardes Filipe	O impacto que o packaging e a cor têm na perceção do consumidor: Produtos orgânicos	Português	IPAM Lisboa	2022
17	Beatriz Constantino	O impacto do marketing digital no setor bancário e na relação com o cliente: Comunicação, compromisso, confiança e custo da mudança	Português	IPAM Lisboa	2022
18	Ana Sofia Gonçalves	A importância das cores no processo de decisão de compra dos consumidores nas marcas de luxo	Português	IPAM Lisboa	2022
19	Catarina Martins	Estratégias de marketing nos prestadores de serviço de apoio a idosos: O impacto do word of mouth e marketing de influência no processo de escolha da instituição	Português	IPAM Lisboa	2022
20	Cristina Ribeiro	Estratégia de endomarketing na qualidade dos serviços e satisfação do cliente	Português	IPAM Lisboa	2021
21	Ana Carolina Ferreira	Cores complementares e análogas em campanhas publicitárias: Atratividade, atitude perante o anúncio, e emoções	Português	IADE - Universidade Europeia	2021
22	Ana Catarina Meira	O impacto de estratégias de marketing one-to-one na conversão e manutenção de adeptos em clubes de futebol	Português	IPAM Lisboa	2021
23	Juliana Nascimento	Liderança transformacional e autoliderança como potenciadores de bem-estar em contexto de teletrabalho	Português	IPAM Lisboa	2021
24	Mariana Raimundo	Plano de comunicação integrada de marketing para um mercado alimentar da Auchan retail Portugal	Português	IPAM Lisboa	2021
25	Carolina Leonardo	Influência da cor e da tipografia na atratividade da capa de um livro pelo consumidor	Português	IADE - Universidade Europeia	2020

26	Isabel Cruz	Branding pessoal: A influência do design emocional no Curriculum Vitae	Português	IADE - Universidade Europeia	2020
27	Kathinka Juliana Weitzel	A influência das cores complementares no comportamento do consumidor nos meios digitais: Uma aplicação a um e-commerce de design de interiores	Inglês	Nova School of Business and Economics	2020
28	Ana Sofia Bento	Elementos visuais na comunicação de produtos orgânicos: O impacto do material da embalagem e da cor na perceção do consumidor	Inglês	Nova School of Business and Economics	2020
29	Paula Soares	As cores do luto	Português	IADE - Universidade Europeia	2020
30	Ana Filipa Pintassilgo	Cores complementares e análogas na publicidade móvel: o impacto da cor na memória do anúncio e na atitude em relação ao anúncio	Inglês	Nova School of Business and Economics	2019
31	Allison White	Cores complementares e comportamento do consumidor: afeto emocional, atitude e intenção de compra no contexto de anúncios em banners na web	Inglês	Nova School of Business and Economics	2018
32	Zuzanna Witkowska	A influência do contraste de cor na embalagem no comportamento do consumidor	Inglês	Nova School of Business and Economics	2018
33	Margarida Silva	A cor como pista visual: como a cor da embalagem afeta as perceções dos consumidores?	Inglês	Nova School of Business and Economics	2017
34	Diana Gameiro	A influência da cor na embalagem de alimentos antropomórfica: intenção de compra dos pais, atratividade do produto e género das crianças	Inglês	Nova School of Business and Economics	2017
35	Marisa Bento	Como diferentes gerações entram em contacto e procuram marcas nas redes sociais? Comparando a Geração X e Y	Inglês	Nova School of Business and Economics	2016

Total de Citações

Web of Science®	425
Scopus	406

Publicações

• Revistas Científicas

- Artigo em revista científica

1	Ramos, F. R., Martinez, L. M., Martinez, L. F., Abreu, R. & Rubio, L. (2025). Mapping e-commerce trends in the USA: A time series and deep learning approach. Journal of Marketing Analytics, 13(3), 606?634. https://doi.org/10.1057/s41270-025-00392-9 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 3
2	Mudava, I. , Martinez, L. M., Ramos, F.R. & Abreu, R. (2024). From reality to virtuality: Digital transformation on luxury brand engagement and purchase intention in the metaverse. International Journal of Marketing, Communication and New Media,(15), 92?139. https://doi.org/10.54663/2182-9306.2024.specialissuembp.92-139 - N.º de citações Google Scholar: 4
3	Arvind Shroff, Satish Kumar, Martinez, L. M. & Nitesh Pandey (2023). From clicks to consequences: a multi-method review of online grocery shopping. Electronic Commerce Research, 24(2), 925?964. https://doi.org/10.1007/s10660-023-09761-x - N.º de citações Web of Science®: 26 - N.º de citações Scopus: 29 - N.º de citações Google Scholar: 38
4	Martinez, L. M., Pacheco, N., Ramos, F. R. & Bicho, M. (2023). Would you try it again? Dual effects of customer mindfulness on service recovery. Journal of Retailing and Consumer Services, 74. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103438 - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 11 - N.º de citações Google Scholar: 15
5	Ana Cláudia Amaro, Martinez, L. M., Ramos, F.R., Karla Menezes & Silvio Menezes (2023). An overstimulated consumer in a highly visual world: the moderating effect of the highly sensitive person trait on the attitude towards the ad. Electronic Commerce Research, 23(3), 1429?1458. https://doi.org/10.1007/s10660-022-09639-4 - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 12
6	Inês Antunes, Martinez, L. M. & Martinez, L. (2022). The effectiveness of sales promotion techniques on the millennial consumers' buying behavior. Revista Brasileira de Marketing,. https://doi.org/10.5585/remark.v21i3.19997 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 28
7	White, Allison R., Martinez, L. M., Martinez, Luis F. & Rando, Belén (2021). Color in web banner advertising: The influence of analogous and complementary colors on attitude and purchase intention. Electronic Commerce Research and Applications, 50, 101100. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101100 - N.º de citações Web of Science®: 30 - N.º de citações Scopus: 31 - N.º de citações Google Scholar: 61

8	Martinez, L. M., Rando, B., Agante, Luisa & Abreu, A. M. (2021). True colors: Consumers' packaging choices depend on the color of retail environment. Journal of Retailing and Consumer Services, 59, 102372. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102372 - N.º de citações Web of Science®: 68 - N.º de citações Scopus: 65 - N.º de citações Google Scholar: 149
9	Leonardo, C., Martinez, L. M. & Ramos, F.R. (2021). Cor e tipografia em capa de livro: Emoções, atratividade e intenção de compra. Revista Brasileira de Expressão Gráfica,.
10	Tarta, C.P., Plaias, I., Martinez, L.F. & Martinez, L. M. (2020). The role of car aesthetics on consumers' decisions: An example from Romania. Scientific Annals of Economics and Business,. - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 5
11	Neumann, Hannah L., Martinez, L. M. & Martinez, Luis F. (2020). Sustainability efforts in the fast fashion industry: consumer perception, trust and purchase intention. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, 12(3), 571?590. https://doi.org/10.1108/sampj-11-2019-0405 - N.º de citações Web of Science®: 121 - N.º de citações Scopus: 116 - N.º de citações Google Scholar: 295
12	Marisa Bento, Martinez, L. M. & Martinez, Luis F. (2018). Brand engagement and search for brands on social media: Comparing Generations X and Y in Portugal. Journal of Retailing and Consumer Services, 43, 234?241. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.003 - N.º de citações Web of Science®: 132 - N.º de citações Scopus: 117 - N.º de citações Google Scholar: 272

- Artigo de revisão

1	Martinez, L. M., Ramos, F. R., Amaro, A. C., Cantú, W., Kumar, S. & Martinez, L. F. (2026). The color of things: A multi-method approach for new marketing and business strategies. Color Research and Application, 51(1). https://doi.org/10.1002/col.70016

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Jessica Sepac, Martinez, L. M. & Martinez, L. (2024). The Influence of Online Reviews and Electronic Word-of-Mouth on Purchase Intention: A Literature Review and Research Agenda. Advances in Digital Marketing and eCommerce: Fifth International Conference (pp. 75?99). Springer Proceedings in Business and Economics. https://doi.org/10.1007/978-3-031-62135-2_9 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 4 - N.º de citações Google Scholar: 12
2	Solina, A., Shatnawi, T., Ocampo, L.V., Martinez, L. M. & Garcia, R.I. (2024). Career and Entrepreneurship Values and Pursuits. Gen Z Around the World. Emerald Publishing. - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 3

3	Anneka M. Schmidt, Martinez, L. M. & Martinez, L. (2024). The Rise of Premium Private Label Brands in Grocery Retailing: Qualitative Insights from Young German Consumers. Advances in Digital Marketing and eCommerce: Fifth International Conference (pp. 271?293). Springer Proceedings in Business and Economics. https://doi.org/10.1007/978-3-031-62135-2_27 - N.º de citações Web of Science®: 1 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 2
4	Sacavém, António, Martinez, L. M. & Patricia Oliveira (2022). Pedagogical trends and its implications on digital education. Innovation in digital education and pedagogical challenges. Nova Science Publishers. https://doi.org/10.52305/OYWH3947
5	Amaro, A.C., Martinez, L. M. & Martins, A.Q. (2022). The Highly Sensitive Person (HSP) and online shopping behavior: The impact of visual stimuli on attitude towards the ad and purchase intention. Advances in Digital Marketing and eCommerce: Third International Conference. Springer Proceedings in Business and Economics. - N.º de citações Google Scholar: 1
6	Martinez, L. M. (2022). O futuro do ensino superior: Competir através da criatividade, tecnologia e sentido de comunidade. 71 Vozes pela competetividade: É obrigatório crescer. ISCTE Executive Education e Oficina do Livro.
7	Dias, R., Martinez, L. & Martinez, L. M. (2021). How does the number of Instagram followers influence brand attitude: The role of purchase intention, perceived product quality, referrals, brand trust, and gender. Advances in Digital Marketing and eCommerce: Second International Conference. Springer Proceedings in Business and Economics. - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 8 - N.º de citações Google Scholar: 16
8	Martinez, L. M., Neves, T. & Martinez, L. (2020). The effect of web advertising visual design on online purchase intention: Insights on Generations Y and Z. Advances in Digital Marketing and eCommerce: First International Conference. Springer Proceedings in Business and Economics.. - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 16
9	Medeiros, A. S., Martinez, L. & Martinez, L. M. (2020). Assessing the determinants of Millennials' online protective behavior: How their protection motivation translates into actual use behavior.. .), Advances in Digital Marketing and eCommerce: First International Conference. Springer Proceedings in Business and Economics. - N.º de citações Web of Science®: 3 - N.º de citações Scopus: 2 - N.º de citações Google Scholar: 3

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Martinez, L. M., Ana Bento, Martinez, L. & Ramos, F.R. (2024). Visual elements in organic products communication: The impact of yoghurt packaging material and color on consumer perception.. Proceedings of the Midterm Meeting of the International Colour Association 2024.
2	Abreu, R. & Martinez, L. M. (2023). Charting the ChatGPT course: A quantitative study of management students' standpoints on AI in education. ICERI2023 Proceedings - 16th International Conference of Education, Research and Innovation, 2023.

3	Bicho, M., Pacheco, Natalia & Martinez, L. M. (2021). The role of customer and service provider mindfulness on trust recovery after a service failure. Proceedings of the European Marketing Academy.
4	Batista, J., Martinez, L. M. & Martinez, L. (2019). Eco-friendliness perception in packaging design: The importance of color, material and environmental claim. Proceedings of the UNIDCOM 10th International Conference. Edições IADE.
5	Martinez, L. M., Silva, M., Martinez, L. & Abreu, A. M. (2018). Colour contrast in packaging and consumer product perception. Proceedings of the International Colour Association (AIC) Conference 2018 – Colour & Human Comfort in Lisboa. International Colour Association Incorporated. - N.º de citações Google Scholar: 8

- Comunicação em evento científico

1	Plötz, S., Martinez, L. M., Martinez, L. & Ramos, F.R. (2023). The influence of TikTok videos on German Gen Z consumers' attitude and purchase intention towards sustainable brands. 4th Digital Marketing and eCommerce Conference,. - N.º de citações Google Scholar: 26
2	Gonçalves, A.S., Martinez, L. M. & Ramos, F.R. (2023). The influence of color in the decision making process: Luxury brands. 7th Theory and Applications in the Knowledge Economy (TAKE),. - N.º de citações Google Scholar: 1
3	Andrade, M., Martinez, L. M. & Ramos, F.R. (2023). The role of green influencers and the adoption of sustainable habits by Generation Z. 1st Marketing & Business Perspectives Summit | Marketing & Business Challenges for Generation Z,.
4	Martinez, L. M., Pacheco, N., Bicho, M. & Ramos, F.R. (2022). The role of customer mindfulness on post-purchase intentions after a double deviation. 28th Recent Advances in Retailing and Consumer Science (RARCS),.
5	Costa, Juliana, Martinez, L. M. & Ramos, F.R. (2021). Transformational leadership and self-leadership as well-being potentiators in the teleworking context. 5th Theory and Applications in the Knowledge Economy (TAKE),.
6	Martinez, L. M., Ribeiro, C. & Ramos, F.R. (2021). Internal marketing strategy on services quality and customer satisfaction in the banking sector: A case study in Dubai. 5th Theory and Applications in the Knowledge Economy (TAKE),.

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

1	Martinez, L. M. & Martinez, L. (2019). As marcas não se medem aos palmos: Alguns exemplos de brand scales. Psychology Now [Revista Psicologia na Actualidade],.
2	Martinez, L. M. (2017). O espaço de trabalho e o comportamento organizacional. Que espaço somos nós?. Psychology Now [Revista Psicologia na Actualidade],.

- Dissertação de Mestrado

1	Martinez, L. M. (2007). Cor e conceito em arquitetura: Um estudo da obra de Pancho Guedes..

- Tese de Doutoramento

1	Martinez, L. M. (2019). The influence of colors in work and trade settings: Complementary colors, mood states and retail environment.. - N.º de citações Google Scholar: 1

Prémios

Research awards from Universidade Europeia | Distinguished papers 2023 (2024)

Research awards from Universidade Europeia | Distinguished papers 2022 (2023)

Research awards from Universidade Europeia | Distinguished papers 2021 (2022)

Menção honrosa atribuída pela BETA-I pelo projeto de empreendedorismo "Poppy" (2013)

Redes de Investigação

Nome da Rede de Investigação	Papel do Representante	Período
Associação Portuguesa da Cor	Investigadora em Cor	Desde 2005
Study Group on Environmental Color Design - SG ECD	Investigadora em Cor	Desde 2015
Study Group on Arts and Design - SGAD	Investigadora em Cor	Desde 2018
Estudo Global sobre Gen Z	Representante por Portugal	2021 - 2022
Sensitivity Research	Investigadora em Sensibilidade	Desde 2023

Associações Profissionais

Associação Portuguesa da Cor (Desde 2005)

Ordem dos Arquitectos (Desde 2001)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano

Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	2º Encontro Nacional da Cor	APCor	2025
Coordenação geral de evento não científico	Perspetivas em Web3 e Blockchain	IPAM Lisboa	2024
Coordenação geral de evento não científico	1º Encontro Nacional da Cor	APCor	2024
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	2nd 'Marketing and Business Perspectives Summit: Fostering AI as a Tool for Wellbeing'	IPAM Lisboa	2024
Membro de comissão organizadora de evento não científico	2º Congresso Marketing Leads Business - Congresso em parceria entre IPAM e APPM	IPAM Porto	2023
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	1st 'Marketing and Business Perspectives Summit: Marketing and Business Challenges for Generation Z'	IPAM Lisboa	2023
Coordenação geral de evento não científico	Portugal a Cores	APCor	2023
Coordenação geral de evento não científico	1º Congresso Marketing Leads Business - Congresso em parceria entre IPAM e APPM	IPAM Lisboa	2022
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	25th-29th Interim Meeting on Color and Human Comfort (Association Internationale de la Couleur and APCor – Portuguese Color Association)	APCor	2018

Actividades de Edição/Revisão Científica

Tipo de Actividade	Título da Revista	ISSN/Quartil	Período	Língua
Membro de equipa editorial de revista	International Journal of Marketing, Communication and New Media	2182-9306 / Q4	2023 - 2024	Inglês