MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

CURRICULUM VITAE

AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN

AVISO IMPORTANTE – El Curriculum Vitae no podrá exceder de 4 páginas. Para rellenar correctamente este documento, lea detenidamente las instrucciones disponibles en la web de la convocatoria.

IMPORTANT – The Curriculum Vitae cannot exceed 4 pages. Instructions to fill this document are available in the website.

Fecha del CVA	09/01/2025

Part A. DATOS PERSONALES

Nombre	Rafael		
Apellidos	Anaya Sánchez		
Sexo (*)	Hombre	Fecha de nacimiento (dd/mm/yyyy)	
DNI, NIE, pasaporte			
Dirección email		URL Web	
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)		https://orcid.org/0000-0003-3327-2793	

** datos obligatorios*

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Profesor Titular de Universidad		
Fecha inicio	30/04/2021		
Organismo/ Institución	Universidad de Málaga		
Departamento/ Centro	Economía y Administración de Empresas		
País	España	Teléfono	
Palabras clave	Marketing, Investigación de Mercados		

A.2. Situación profesional anterior (incluye interrupciones en la carrera investigadora, de acuerdo con el Art. 14. b) de la convocatoria, indicar meses totales)

Período	**Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción**
2009-2013	Profesor Sustituto Interino 4+4, Universidad de Málaga, España, Promoción
2013-2014	Profesor Sustituto Interino 6+6, Universidad de Málaga, España, Promoción
2014-2020	Profesor Asociado, Universidad de Málaga, España, Promoción
2020-2020	Profesor Ayudante Doctor, Universidad de Málaga, España, Promoción
2020-2021	Profesor Contratado Doctor, Universidad de Málaga, España, Promoción

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	**Universidad/Pais**	**Año**
Doctor por la Universidad de Málaga (Programa de Docto de Investigación y Marketing)	Universidad de Málaga	2008
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Málaga	2006

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

Parte B. RESUMEN DEL CV *(máx. 5000 caracteres, incluyendo espacios):* ***MUY IMPORTANTE:***

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Málaga (2006), y doctor por la misma universidad (2014, Cum Laude por unanimidad, doctorado internacional). También ha realizado un máster universitario, y multitud de cursos de formación pre y postdoctoral.
Comenzó su carrera docente e investigadora en la Universidad de Málaga en 2009 como profesor sustituto interino adscrito al Área de Marketing e Investigación de Mercados, para

pasar posteriormente a ser Profesor Asociado a tiempo parcial desde 2014 hasta 2020. Tras pasar brevemente por las figuras de Profesor Ayudante Doctor y Profesor Contratado Doctor entre octubre de 2020 hasta abril de 2021, es actualmente Profesor Titular de Universidad desde abril de 2021.
Actividad investigadora y de transferencia:
- 1 periodo de investigación (Sexenio de Investigación) reconocido por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación - ANECA- (años 2013-18).
- 24 artículos publicados en revistas incluidas en el JCR (Journal Citation Reports): 13 Q1, 5 Q2, 4 Q3, 2 Q4.
- 9 artículos publicados en otras revistas: 3 en revista SJR, 3 indexados en Web of Science y los 3 restantes en Latindex.
- 1 libro completo publicado en Q1 en inglés en la primera (1/40) editorial extranjera en Economía (Springer) según el Scholarly Publishers Indicators (SPI).
- 12 capítulos de libro en otras editoriales como ESIC, Routledge o IGI Global.
- 47 presentaciones en congresos nacionales e internacionales.
- Índice H en Web of Science: 15. 1.340 citas recibidas a 9 de enero de 2025.
- Índice H en Scopus: 17. 1.673 citas recibidas a 9 de enero de 2025.
- 3 "excellence paper awards" en congresos internacionales.
- Investigador principal en dos convenios de colaboración (Cátedras), investigador en 4 convenios de colaboración, e investigador en 6 contratos de transferencia de resultados de investigación.
- 2 estancias de investigación en universidades de prestigio como Oxford Brookes University (2012, 3 meses) y Universidad de Granada (2018, 3 meses).
- Miembro del grupo de investigación "SEJ-567 Estrategias de Marketing Digital creado en 2016". En su primera evaluación (2017) ha obtenido una puntuación de 21,50/32.
- Miembro del comité organizador de 2 congresos científicos, y del comité científico de otro.
- Evaluador de 17 revistas, de las cuales 15 incluidas en el JCR.
- Evaluador en 3 congresos internacionales.
- IP en un proyecto de investigación (Plan Propio de Investigación de la Universidad de Málaga), e investigador en dos proyectos nacionales, un proyecto autonómico y dos proyectos del Plan Propio de la Universidad de Málaga.
Asimismo, su actividad docente puede resumirse de la siguiente manera:
- 2.463,05 horas impartidas en titulaciones oficiales de grado de la Universidad de Málaga.
- 331,5 horas impartidas en titulaciones oficiales de postgrado de la Universidad de Málaga.
- Investigador en 5 proyectos de innovación educativa, actuando como IP en uno de ellos.
Por último, cuenta con 13 años de experiencia profesional, asumiendo en primer lugar diferentes puestos técnicos de consultoría e investigación de mercados, y finalizando con su faceta profesional fuera de la universidad como profesional autónomo en consultoría y formación.

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

C.1. Publicaciones más importantes en libros y revistas con "peer review" y conferencias (ver instrucciones).

Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: image and intention to visit. *Tourism Management*, *65*, 116-130. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.021.

Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Vallespín-Arán, M. (2018). Exploring the impacts of interactions, social presence and emotional engagement on active collaborative learning in a social web-based environment. *Computers & Education*, *123*, 41-52. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.04.012. (

Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., Aguilar-Illescas, R., & Vallespín-Arán, M. (2018). Social media-based collaborative learning: exploring antecedents of attitude. *The Internet and Higher Education*, *38*, 18-27. https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2018.04.003.

Molinillo, S., Anaya-Sanchez, R., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2019). Smart city communication via social media: analyzing residents' and visitors' engagement. *Cities, 94*, 247-255. https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.06.003.

Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, *108*, 105980. https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.004.

Molinillo, S., Navarro-García, A., Anaya-Sánchez, R., & Japutra, A. (2020). The impact of affective and cognitive app experiences on loyalty towards retailers. *Journal of Retailing & Customer Services, 54*, 101948. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101948.

Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: The moderating roles of gender, age and frequency of use. *Journal of Retailing and Consumer Services, 63*, 102404. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404.

Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Carvajal-Trujillo, E. (2022). The customer retail app experience: Implications for customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services, 65*, 102842. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102842.

Calderón-Fajardo, V., Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & Ekinci, Y. (2023). Brand personality: Current insights and future research directions. *Journal of Business Research, 166*, 114062. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114062.

Molinillo, S., Rejón-Guardia, F., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2023). Impact of perceived value on intention to use voice assistants: The moderating effects of personal innovativeness and experience. *Psychology & Marketing, 40*(11), 2272-2290. https://doi.org/10.1002/mar.21887.

Calderón-Fajardo, V., Anaya-Sánchez, R., & Molinillo, S. (2024). Understanding destination brand experience through data mining and machine learning. *Journal of Destination Marketing & Management,* https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100862.

C.3. Proyectos o líneas de investigación en los que ha participado, *indicando su contribución personal. En el caso de investigadores jóvenes, indicar lineas de investigación de las que hayan sido responsables .*

Se mencionan los proyectos en los que ha participado:

1. IP del Proyecto "Estímulos y experiencia del consumidor en la realidad virtual: comercio y turismo" (Ref. B3-2021_01). Proyectos de Investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas, Humanidades, Arquitectura y Bellas Artes en la Universidad de Málaga. Duración: 17-02/2022 – 17-02/2023.
2. Investigador del Proyecto "Marco jurídico para la competencia dinámica en mercados digitales y para la innovación a través de Inteligencia Artificial" (CODIG-IA) (Ref. PID2021-122536OB-I00), Proyectos de Generación de Conocimiento 2021, Modalidad Investigación Orientada Tipo B, Ministerio de Ciencia e Innovación. Periodo 01/09/2022 – 01/09/2025.
3. Investigador del Proyecto "La gestión eficaz de marca como clave para la recuperación del turismo. Una aproximación multi-metodológica en el contexto internacional" (Ref. P20_00457). Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020, en el marco del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación PAIDI 2020. Junta de Andalucía. Periodo: 05/10/2021 – 31/03/2023.
4. Investigador del Proyecto "Fomento de la equidad y transparencia en la intermediación en línea en el sector turístico en España" (Ref. PID2020-1200338GB-100), Proyecto de Investigación I+D+i – PGC Tipo B, convocatoria 2020 de «Proyectos de I+D+i» en el

marco de los programas estatales de generación de conocimiento y fortalecimiento científico y tecnológico del sistema de I+D+i y de I+D+i orientada a los retos de la sociedad, Ministerio de Ciencia e Innovación. Periodo 01/09/2021-01/09/2024.

5. Investigador del Proyecto “Modelización y Predicción de la experiencia del consumidor de servicios turísticos mediante Inteligencia Artificial” (B3-2023/21). Proyectos de Investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas, Humanidades, Arquitectura y Bellas Artes en la Universidad de Málaga. Duración: 01/01/2024 – 31/12/2024.
6. Investigador del Proyecto “Análisis de los efectos de la personalidad y la experiencia de la marca en el éxito los destinos turísticos”. Proyectos de Investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas, Humanidades, Arquitectura y Bellas Artes de la Universidad de MálagaDuración: 14/02/2018 - 21/06/2021.

C.4. Participación en actividades de transferencia de tecnología/conocimiento y explotación de resultados *Incluya las patentes y otras actividades de propiedad industrial o intelectual (contratos, licencias, acuerdos, etc.) en los que haya colaborado. Indique: a) el orden de firma de autores; b) referencia; c) título; d) países prioritarios; e) fecha; f) entidad y empresas que explotan la patente o información similar, en su caso.*

Contratos de transferencia en los que ha participado:

1. “Renovación de la Cátedra de Gestión del Transporte” (Ref.- 8.07/5.14.4944-2 Cát.). Empresa: EMT. Empresa Malagueña de Transportes S.A.M.
2. “Renovación de la Cátedra de Gestión del Transporte” (Ref.- 8.07/5.14.4944-3 Cát.). Empresa: EMT. Empresa Malagueña de Transportes S.A.M.
3. “Creación y puesta en marcha de la Cátedra de Comercio y Transformación Digital.” (Ref.- 8.07/5.14.5786 Cát.).
4. “Cátedra de Turismo Digital y Litoral en la Universidad de Málaga (Subvención Excepcional para la Creación de la Red de Cátedras de Turismo en el contexto de la estrategia MITT” (Ref.- 8.07/6.28.5756 Cat. SUBV).
5. “Concesión de una Subvención nominativa para las actividades de la Cátedra de Turismo Digital y Litoral de la Universidad de Málaga” (Ref.- 8.07/6.28.5756-2 Cat.SUB).
6. “Subvención nominativa para las actividades de la Cátedra de Turismo Digital y Litoral de la Universidad de Málaga 2023” (Ref.- 8.07/6.28.5756-3 Cat.SUB).
7. “Elaboración del Plan Estratégico Comercial de Alhaurín el Grande para la solicitud de la certificación de Centro Comercial Abierto”. Ref. 8.06/5.14.6404.
8. “Análisis de los cambios en el comportamiento en los hábitos de compra en el comercio interior de Andalucía”. Ref. 8.06/5.14.4738.
9. “Análisis y propuestas de mejora del sistema de ayuda para el uso del transporte público para discapacitados visuales”. Ref. 8.06/5.14.4711.
10. “Plan de Marketing del Centro de Español para Extranjeros”. Contratante: FGUMA. Fundación General de la Universidad de Málaga (Privado). Ref. 8.07/5.14.3881.
11. “Análisis de los hábitos de compra de lectores de prensa malagueños.”. Ref. 8.07/5.14.3714.
12. “Análisis de los hábitos de compra de lectores de prensa malagueños.”. Contratante: Prensa Malagueña S.A. (Privado). Ref. 8.07/5.14.3715.