

CURRICULUM VITAE (CVA)

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 01/01/2022

Parte A. DATOS PERSONALES

Nombre

Nombre	Sebastián		
Apellidos	Molinillo Jiménez		
Dirección email	smolinillo@uma.es	URL Web	www.uma.es
Open Researcher and Contributor ID (ORCID) (*)	0000-0001-9132-5190		

* datos obligatorios

A.1. Situación profesional actual

Puesto	Catedrático de Universidad		
Fecha inicio	21/12/2020		
Organismo/ Institución	Universidad de Málaga		
Departamento/ Centro	Dpto. Economía y Administración de Empresas		
País	España		
Palabras clave	Investigación de mercados, comportamiento del consumidor, adopción de tecnologías, marketing digital, marca, turismo, comercio.		

A.2. Situación profesional anterior

Periodo	Puesto/ Institución/ País / Motivo interrupción
2003-2020	Profesor Titular de Universidad/Universidad de Málaga/España
1997-2003	Profesor Asociado/Universidad de Málaga/España
1996-1997	Becario del Programa Nacional FPU (Predoctoral)/Universidad de Málaga/España

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

A.3. Formación Académica

Grado/Master/Tesis	Universidad/País	Año
Doctor en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Málaga/España	2000
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	Universidad de Málaga/España	1994
Diplomado en Ciencias Empresariales	Universidad de Málaga/España	1992

(Incorporar todas las filas que sean necesarias)

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

El Profesor Molinillo inició su carrera docente e investigadora en la Universidad de Málaga en 1996 como becario del Programa Nacional de Formación de Profesorado Universitario y Personal Investigador. Fue Profesor Asociado a tiempo completo de 1998 a 2002, Titular de Universidad de 2003 a 2020, y desde ese año es Catedrático de Universidad adscrito al Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga. En esa institución desempeñó el puesto de Vicedecano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2002-2004) y el de Adjunto al Vicerrector en varias áreas de gobierno (2004-2012). Los principales indicadores de su actividad son los siguientes:

- Citaciones (Google Scholar, 01/01/2022): 2.864 (2.602 últimos 5 años). Índice i10: 45. Índice h: 29.
- Índice Research Gate Score (01/01/2022): 28,46 puntos.
- Sexenios de investigación CNEAI: 1 (2012-2017)
- Sexenios de transferencia CNEAI: 1 (2003-2010)

- Tramos autonómicos: 5 (máximo). Resolución de 2019.
 - **Tesis doctorales dirigidas: 7** con Sobresaliente Cum Laude (4 en los últimos diez años con mención internacional) y una de ellas Premio Extraordinario. Tesis en curso: 6.
 - **Impulsor e IP del grupo de investigación SEJ-567** “Estrategias de Marketing Digital”, del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, desde 2016
 - Miembro de la Comisión Académica del Programa de Doctorado en Economía y Empresa desde 2014, y miembro de su Comisión de Evaluación EYE-1314-CE2 desde 2013.
 - Miembro de la Comisión de Investigación del Consejo del Instituto Universitario de Investigación, Inteligencia e Innovación Turística de la Universidad de Málaga desde 2018.
 - Investigador de la Cátedra de Turismo Digital y Litoral de la Universidad de Málaga, con el mecenazgo de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía (2020-2022).
 - Director de la Cátedra de Comercio y Transformación Digital de la Universidad de Málaga, con el mecenazgo de El Corte Inglés S.A. (2021-2026).
 - Miembro del Consejo Andaluz de Comercio de la Junta de Andalucía (2004-2014).
 - Evaluador de proyectos de investigación del Science Fund of the Republic of Serbia desde 2019.
 - **IP de 10 proyectos o contratos** de investigación con financiación pública, por un montante total de **509.808 euros**, con la participación de un total de 82 investigadores.
 - Participación en 20 proyectos o contratos de investigación, entre ellos 1 proyecto europeo, 6 proyectos competitivos del Plan Nacional y 3 proyectos del Plan Andaluz.
 - **IP de 15 contratos** de transferencia o prestación de servicios profesionales, con un montante gestionado de **399.718 euros**, y la participación de 41 investigadores y un técnico.
 - **7 premios** a la labor investigadora, de ellos 2 a la tesis doctoral y 5 best papers en congresos internacionales.
 - **8 estancias internacionales** de investigación en universidades de prestigio como Oxford Brookes University (2012-2014), University of Reding (2014-2015), University of Greenwich (2014-2015) y University of Portsmouth (2018-2019).
 - Editor Asociado de la Revista Brasileira de Gestão de Negócios (IF 0.925, Q4). Assistant Editor of Tourism Review (IF 5.947, Q2). Editorial Review Board of Psychology & Marketing (IF 2.939, Q3), International Journal of Market Research (IF 1.512, Q4), entre otras.
 - **46 artículos** publicados en revistas incluidas en el **JCR** en el periodo **2016-2022**, de ellos: **24 Q1 (10 D1)**, 14 Q2, 5 Q3 y 3 Q4. En el 39% de los artículos fue el primer firmante y autor de correspondencia, siendo 12 de ellos Q1. En el 56,5% de los artículos al menos un coautor pertenecía a una universidad extranjera. Entre los coautores cabe destacar por su relevancia internacional al Profesor Dimitrios Buhalis (50.193 citas en Google Scholar), Yuksel Ekinci (11.103) y Alastair M. Morrison (24.810). Además, actualmente tiene un artículo en revisión en coautoría con Joe F. Hair (297.085) y otro con Muzzo Uysal (36.746).
 - **6 artículos** publicados en revistas incluidas solo en el **SJR** (SCImago Journal Rank) de ellos: 1 Q1, 2 Q2, 3 Q3.
 - **27 artículos** publicados en revistas no incluidas en los rankings anteriores.
 - **7 libros** completos publicados en editoriales como Springer y ESIC, entre otras.
 - **42 capítulos** de libros en editoriales como Palgrave Macmillan, Routledge, Pearson, IGI, etc.
- Su producción científica ha contribuido a mejorar el conocimiento del comportamiento del consumidor en su experiencia de interacción y adopción de tecnologías digitales o la relación con las marcas, como ejes principales de su investigación. En los trabajos se han realizado y evaluado nuevas propuestas de marcos conceptuales que han permitido identificar variables y relaciones poco estudiadas hasta el momento, utilizando diversas metodologías cualitativas y cuantitativas con muestras poblacionales de países diversos como Estados Unidos, India, Brasil o España, entre otros muchos. Los hallazgos han tenido importantes implicaciones para las empresas y las organizaciones en la implementación de tecnologías digitales para la relación con sus clientes, así como en la gestión de las marcas, especialmente en la industria del turismo y en el comercio minorista.

Parte 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).

AC: autor de correspondencia. Citas: fuente Google Scholar (01/01/2022).

1. **Molinillo**, S. (AC), 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*, 102842. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102842>. (JCR 2021 IF 2020: 6.514, **Q1**). (0 citas; recién publicado)
2. Loureiro, S. M. C. (AC), Japutra, A., **Molinillo**, S., & Bilro, R. G. (2021). Stand by me: analyzing the tourist-intelligent voice assistant relationship quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 3840-3859. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1032> (JCR 2021 IF 2020: 6.514, **Q1**). (8 citas)
3. Canhoto, A. I. (AC), Quinton, S., Pera, R., **Molinillo**, S., & Simkin, L. (2021). Digital strategy aligning in SMEs: a dynamic capabilities perspective. *The Journal of Strategic Information Systems*, 30(3), 101682. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2021.101682> (JCR 2021 IF 2020: 11.022, **D1**). (4 citas)
4. Jiménez-Barreto, J. (AC), Rubio, N. & **Molinillo**, S. (2021). Find a flight for me, Oscar! Motivational customer experiences with chatbots. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 3860-3882. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1244> (JCR 2021 IF 2020: 6.514, **Q1**). (2 citas)
5. **Molinillo**, S. (AC), 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> (JCR 2021 IF 2020: 7.135, **Q1**). (9 citas)
6. Jiménez Barreto, J. (AC), Rubio, N., Campo, S., & **Molinillo**, S. (2020). Linking the online brand experience and brand credibility with tourists' behavioral intentions toward a destination. *Tourism Management*, 79, 104101. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104101> (JCR IF 2020: 10.967, **D1**). (33 citas; 33 citas/año)
7. **Molinillo**, S. (AC), 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> (JCR IF 2020: 6.829, **D1**). (115 citas; 115 citas/año)
8. **Molinillo**, S. (AC), Navarro, A., Anaya, 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>. (JCR IF 2020: 7.135, **Q1**). (43 citas; 43 citas/año)
9. Liébana-Cabanillas, F (AC)., **Molinillo**, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question. Analysis of the determining factors for using NFC Mobile Payment Systems in Public Transportation. *Technological Forecasting & Social Change*, 139, 266-276. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.012> (JCR IF 2019: 5.846, **D1**). (69 citas; 34,5 citas/año)
10. **Molinillo**, S. (AC), 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> (JCR IF 2018: 6.012, **D1**). (206 citas; 69 citas/año)

C.2. Congresos.

93 ponencias y comunicaciones presentadas en congresos, de las cuales 81 en eventos internacionales como: Travel and Tourism Research Association (TTRA) Conference, Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference, Global Marketing Conference – GAMMA, American Marketing Academy, European Marketing Academy Conference – EMAC, Academy of Marketing Conference, International Conference on Corporate and Marketing Communications, World Research Summit for Hospitality and Tourism, AEMARK y AIRSI, entre otros.

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

1. “La gestión eficaz de marca como clave para la recuperación del turismo. Una aproximación metodológica en el contexto internacional”. Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación

- de la Junta de Andalucía (PAIDI 2020). Código: P20_00457. IP: Sebastián Molinillo Jiménez (Universidad de Málaga). Periodo: 01/01/2021 - 31/12/2022. Importe: **55.441,32 €**. N° investigadores/as participantes: 12. Tipo de participación: investigador principal.
2. “Impacto de las tecnologías inmersivas en los nuevos procesos de comunicación: claves para mejorar las experiencias de uso”. Código: PID2019-105468RB-I00. Área: Ciencias Sociales. Subárea: Comunicación. Entidad financiadora: Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad – RTI Tipo B, Convocatoria 2019. IP: Carlos Flavián Blanco y Luis Vicente Casaló Ariño (Universidad de Zaragoza). Cuantía total: **38.720 €**. Duración: 01/01/2020-31/12/2022. Tipo de participación: investigador.
 3. “Comprensión del impacto y adopción del comercio social mediante técnicas de Big Data bajo un enfoque cognitivo-atencional”. Código: BSEJ209UGR18. Entidad financiadora: Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER 2018. IP: Francisco Liébana Cabanillas (Universidad de Granada). Cuantía total: **13.050 €**. Duración: 01/01/2020- 31/12/2021- 24 meses. Tipo de participación: investigador.
 4. “Saturación turística en destinos costeros españoles. Estrategias de decrecimiento turístico. Una aproximación desde la dimensión social”. Proyectos I+D+i «Retos Investigación», Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Código: RTI2018-094844-B-C33. Financiación: **42.350 €**. Duración: 01/01/2019-31/12/2022. IP: Enrique Navarro Jurado y Bienvenido Ortega Aguaza (Universidad de Málaga). N°. de investigadores: 7. Tipo de participación: investigador.
 5. “Factores psicológicos explicativos de las motivaciones de consumo y de la influencia de las recomendaciones de la empresa en el comportamiento del cliente en el contexto Web”. Proyectos de Investigación Fundamental no orientada, Ministerio de Economía y Competitividad. Código: ECO2012-31712. Financiación: **27.495 €**. Duración: 01/01/2013-31/12/2015. IP: Francisco José Martínez López (Universidad de Granada). N°. de investigadores: 8. Tipo de participación: investigador.

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

1. “Cátedra de Comercio y Transformación Digital”. Entidad Financiadora: El Corte Inglés S.A. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. Ref.: 8.07/5.14.5786. N° de investigadores/as participantes: 8. Periodo: 19/02/2021 - 18/02/2026. Importe: **100.000 €**. Tipo de participación: investigador principal.
2. “Análisis de los cambios en el comportamiento en los hábitos de compra en el comercio interior de Andalucía”. Contratante: Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Junta de Andalucía. Referencia: 8.06/5.14.4738. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. N° de investigadores/as: 6. Periodo: 01/12/2016 - 31/08/2017. Cuantía: **20.533,71 €**. Tipo de participación: investigador principal.
3. “Observatorio Provincial del Comercio Minorista de Málaga”. Contratante: Federación de Comercio de Málaga. Referencia: 8.07/5.14.2914 (1-3). IP: Sebastián Molinillo Jiménez. N° de investigadores/as: 3. Periodo: 01/05/2007 - 31/08/2011. Cuantía: **47.654 €**. Tipo de participación: investigador principal.
4. “Cátedra de comercio interior. Estudio sobre las necesidades de formación en el sector comercial minorista Andaluz”. Entidad financiadora: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía. Referencia: 8.07/14.2515. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. N° de investigadores/as: 10. Periodo: 22/10/2005 - 22/04/2006. Cuantía: **149.007,8 €**. Tipo de participación: investigador principal.
5. “Estudio del impacto de las obras de construcción de la Línea 2 del Metro de Málaga en la actividad comercial de la zona”. Contratante: Ente Público de Gestión de Ferrocarriles Andaluces. Referencia contrato: 8.07/14.2385. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. N° de investigadores/as: 19. Periodo: 14/02/2005 - 14/07/2006. Cuantía: **98.560 €**. Tipo de participación: investigador principal.
6. “Estudio de percepción de las actuaciones de accesibilidad y movilidad en el Centro Histórico de Málaga”. Contratante: Ayuntamiento de Málaga. Referencia: 8.07/5.14.2516. IP: Sebastián Molinillo Jiménez. N° de investigadores/as: 20. Periodo: 25/10/2005 - 25/03/2006. Cuantía: **76.096 €**. Tipo de participación: investigador principal.