

Parte A. DATOS PERSONALES

Fecha del CVA 10/10/2024

Nombre y apellidos	José Ángel Ibáñez Zapata		
DNI/NIE/pasaporte		Edad	
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Granada		
Dpto./Centro	Comercialización e Investigación de Mercados		
Dirección			
Teléfono		Correo electrónico	
Categoría profesional	Profesor Titular de Universidad	Fecha inicio	2003
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Licenciatura en CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	1994
Doctorado en CC. Económicas y Empresariales	Universidad de Granada	2001

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica (véanse instrucciones)

Indicador	Medida
Sexenios de investigación	2.0
Tesis dirigidas en los últimos 10 años	1.0
Índice H	12.0
Número de citas	1252.0
Fecha del último sexenio	13/05/2021

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales desde septiembre de 2001, está especializado en el campo del marketing internacional y del desarrollo de los instrumentos y mecanismos de investigación de marketing. Su tesis doctoral es precisamente el resultado de la combinación de ambas facetas, ya que en ella se analizar una dimensión del producto, su país de origen, de gran importancia en el plano de la comercialización internacional de productos y servicios. Este tema de investigación ha sido el hilo conductor de una parte de las publicaciones realizadas en revistas internacionales y nacionales.

En los últimos años, sus intereses de investigación han abarcado nuevas áreas que han permitido trabajar en diferentes proyectos relacionados con el estudio del comportamiento del consumidor, especialmente en el campo del marketing online y los social media.

En el ámbito de la transferencia de investigación ha realizado numerosos trabajos de consultoría para diversas empresas e instituciones. Es docente desde el año 1994, siendo los contenidos impartidos de manera más habitual los relacionados con la investigación de mercados y con la dirección de marketing internacional. Por otro lado, es docente en másteres relacionados con el marketing.

En el ámbito de la gestión universitaria, entre 2015 y 2023 ha desempeñado el cargo de director de comunicación de la Universidad de Granada, al mando de un equipo de 15 personas que se ocupan de la gestión de la comunicación interna y externa de esta institución, así como de las principales acciones de promoción y relaciones públicas de desarrolladas entre sus principales públicos objetivo. En la actualidad, y desde febrero de 2024, desempeña el cargo de director del Departamento de Comercialización e

Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.

- Cuenta con 23 publicaciones científicas, de las cuales 20 están publicadas en revistas indexadas en el SSCI-JCR o con otro índice de calidad relativo como SCOPUS o INRECS.
- Ha publicado 3 libros y varios capítulos de libros. Ha participado en numerosos Congresos Científicos, la mayor parte de ellos de carácter internacional.
- Ha participado en 14 proyectos de investigación financiados por el Plan Autonómico (Junta de Andalucía), Plan Nacional (I+D+i) y Fondos FEDER
- Ha participado o participa activamente como revisor en varias revistas de su especialidad, 3 de ellas indexadas en SSCI-JCR.
- Durante 29 años ha ocupado diversos puestos docentes y desde 2003 es Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.
- Ha dirigido 1 tesis doctoral con mención internacional y 30 Trabajos Fin de Máster.
- Sexenios de investigación concedidos: 2. Fecha de concesión último sexenio: 13/05/2021
- Número de tesis doctorales dirigidas: 1
- Número total de citas según Web of Science: 256. Indicador h según Web of Science: 9
- Número total de citas según Google Académico: 1252
- Citas totales en Google Académico desde 2019: 554
- Índice H: 12
- Índice i10: 15

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES *(ordenados por tipología)*

C.1. Publicaciones

Publicación en Revista. Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2023. Evaluating communication effectiveness through eye tracking: Benefits, state of the art, and unresolved questions. International Journal of Business Communication. 60, pp. 24-61.

Índice de impacto (SCImago): 0,851 // Cuartil (SCImago): Q1

Publicación en Revista. Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2022. It is all about our impulsiveness - How consumer impulsiveness modulates neural evaluation of hedonic and utilitarian banners. Journal of Retailing and Consumer Services. 67, pp. 102997-

Índice de impacto (ISI): 10.972 // Índice de impacto (SCImago): 2,543

Cuartil (SCImago): Q1

Publicación en Revista. Casado, Luis Alberto; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Liebana-Cabanillas, Francisco J.. 2020. How Consumer Ethnocentrism Modulates Neural Processing of Domestic and Foreign Products: A Neuroimaging Study. Journal of Retailing and Consumer Services. pp. 101961-

Índice de impacto (ISI): 7.135 // Índice de impacto (SCImago): 1,568

Cuartil (SCImago): Q1

Publicación en Revista. Sillero-Rejón, Carlos; Maynard, Olivia; Ibañez-Zapata, Jose-Angel. 2020. Visual attention to alcohol labels: an exploratory eye-tracking experiment. Adicciones. 32, pp. 202-207.

Índice de impacto (ISI): 1.708 // Índice de impacto (SCImago): 0,392

Cuartil (SCImago): Q2

Publicación en Revista. Casado, Luis Alberto ; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2020. Evaluating Communication Effectiveness Through Eye Tracking: Benefits,

State of the Art, and Unresolved Questions. International Journal of Business Communication. pp. 1-38.

Índice de impacto (SCImago): 0,851

Cuartil (SCImago): Q1

Publicación en Revista. Sillero-Rejón, Carlos; Attwood, Angela; Blackwell, Anna; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Munafo, Marcus; Maynard, Olivia. 2018. Alcohol pictorial health warning labels: the impact of self-affirmation and health warning severity. BMC Public Health. 18, pp. 1-9.

Índice de impacto (ISI): 2.567 // Índice de impacto (SCImago): 1,382

Cuartil (SCImago): Q1

Publicación en Revista. Siles-Martos, Jose Antonio; Perez-Mendoza, Daniel; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Scervino-, Jose Martin; Ocampo-Bote, Juan Antonio; Sampedro-Quesada, Inmaculada. 2014. Assessing the impact of biotransformed dry olive residue application to soil: Effects on enzyme activities and fungal community. International Biodeterioration & Biodegradation. 89, pp. 15-22.

Índice de impacto (ISI): 2.131 // Índice de impacto (SCImago): 0,879

Cuartil (SCImago): Q1

Publicación en Revista. Muñoz-Leiva, Francisco; Sanchez-Fernandez, Juan; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2010. IMPROVING THE RESPONSE RATE AND QUALITY IN WEB-BASED SURVEYS THROUGH THE PERSONALIZATION AND FREQUENCY OF REMINDER MAILINGS. Quality and Quantity. 44, pp. 1037-1052.

Índice de impacto (ISI): 0.688 // Índice de impacto (SCImago): 0,512

Cuartil (SCImago): Q2

Publicación en Revista. Sanchez-Fernandez, Juan; Muñoz-Leiva, Francisco; Montoro-Rios, Francisco Javier; Ibañez-Zapata, Jose Angel. 2010. AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRE-INCENTIVES AND POST-INCENTIVES BASED ON DRAWS ON RESPONSE TO WEB SURVEYS. Quality and Quantity. 44, pp. 357-373.

Índice de impacto (ISI): 0.688 // Índice de impacto (SCImago): 0,512

Cuartil (SCImago): Q2

Publicación en Revista. Luque-Martinez, Teodoro; Barrio-Garcia, Salvador Del; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Rodriguez-Molina, Miguel Angel. 2007. MODELING A CITY'S IMAGE: THE CASE OF GRANADA. Cities. 24, pp. 335-352.

Índice de impacto (ISI): 0.612 // Índice de impacto (SCImago): 0,474

Cuartil (SCImago): Q2

Publicación en Revista. Luque-Martínez, Teodoro; Ibáñez-Zapata, Jose Angel; del Barrio-Garcia, Salvador. 2000. Consumer Ethnocentrism Measurement: An Assessment of the Reliability and Validity of the CETSCALE in Spain. European Journal of Marketing, Vol. 34, 11/12, pp. 1353-1374

Impact Index (ISI): 2.647 // Impact Index (SCImago): 1.084

Quartile (SCImago): Q1

Libro. Ibañez-Zapata, Jose Angel; Barrio-Garcia, Salvador Del; Rodriguez-Molina, Miguel Angel; Sanchez-Fernandez, Juan; Hurtado-,Nuria E.; Jiménez-,Ana Isabel; Maraver-,Guillermo; Pedraja-,Marta; Rubio-,Enrique. 2005. MARKETING INTERNACIONAL. UOC.

Libro. Ibañez-Zapata, Jose Angel; Barrio-Garcia, Salvador Del; Jiménez-Zarco,Ana Isabel; Maraver-Tarifa, Guillermo; Pedraja-Iglesias,Marta; Rodriguez-Molina, Miguel Angel; Rubio-Lopez, Enrique Antonio; Sanchez-Fernandez, Juan. 2004. MÀRQUETING INTERNACIONAL. UOC.

Libro. Ibañez-Zapata, Jose Angel; Webb-,John R.. 2003. INVESTIGACIÓN DE MARKETING. THOMSON-PARANINFO.

Libro. Frias-Jamilena, Dolores Maria; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Luque-Martinez, Teodoro; Rodriguez-Molina, Miguel Angel; Sanchez-Fernandez, Juan; Sanchez-Vizcaino, Gonzalo. 2000. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

C.2. Proyectos

P21_00007. Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos implicados en el procesamiento de mensajes que fomentan hábitos responsables con el medioambiente. Consejería de Universidad, Investigación e Innovación. 2023-2025. Investigador/a.

A-SEJ-426-UGR20. Neurogame!: La neurociencia como herramienta de análisis de los efectos cognitivos y afectivos ocasionados por elementos de comunicación que promueven comportamientos responsables de juego online. Fondo Europeo de Desarrollo Regional. 2021-2023. Investigador/a.

P12-SEJ-1980. El neuromarketing como herramienta de comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos que rigen el procesamiento de la comunicación tendente a conseguir un comportamiento de consumo medioambientalmente responsable. Junta de Andalucía. Proyectos de Investigación de Excelencia. Sanchez-Fernandez, Juan (Universidad de Granada). 2014-2017. 64745 EUR. Investigador/a.

P12-SEJ-1980. EL NEUROMARKETING COMO HERRAMIENTA DE COMPRENSIÓN DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS QUE RIGEN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN TENDENTE A CONSEGUIR UN COMPORTAMIENTO DE CONSUMO MEDIOAMBIENTALMENTE RESPONSABLE. CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA. Sanchez-Fernandez, Juan (Universidad de Granada). 2014-2018. 64745 EUR. Investigador/a.

ECO2012-39576. Análisis de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación medioambiental desde una perspectiva de Neuromarketing. 2013-2015. 29500 EUR. Investigador/a.

CEI2013-P-9. Ciencias Sociales y Humanidades Digitales: casos, gestión y modelos de negocio. CEI BioTic - Universidad de Granada. 2013-2013. 23000 EUR. Investigador/a.

ECO2012-39576. ANALISIS DE LOS MECANISMOS COGNITIVOS Y AFECTIVOS EN EL PROCESAMIENTO DE LA COMUNICACION MEDIOAMBIENTAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE NEUROMARKETING. MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Muñoz-Leiva, Francisco (Universidad de Granada). 2013-2015. 29250 EUR. Investigador/a.

CEI2013-P-9. Ciencias Sociales y Humanidades Digitales: casos, gestión y modelos de negocio. UNIVERSIDAD DE GRANADA. ROMERO FRÍAS, ESTEBAN (Universidad de Granada). 2013-2013. 23000 EUR. Investigador/a.

TIN2011-28538-C02-02. NOVEDAD, DIVERSIDAD, CONTEXTO Y TIEMPO: NUEVAS DIMENSIONES EN LOS SISTEMAS DE RECUPERACION DE INFORMACION Y RECOMENDACION DE NUEVA GENERACION. Huete-Guadix, Juan Francisco (Universidad de Granada). 2012-2013. 37268 EUR. Investigador/a.

TIN2011-28538-C02-02. CONTEXTO Y TIEMPO: NUEVAS DIMENSIONES EN LOS SISTEMAS DE RECUPERACION DE INFORMACION Y RECOMENDACION DE NUEVA GENERACION (SUBPROYECTO UGR). MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN. Huete-Guadix, Juan Francisco (Universidad de Granada). 2012-2014. 37268 EUR. Investigador/a.

SEJ-6768. Estudio del mensaje publicitario en los procesos cognitivos y emocionales que dirigen el comportamiento de consumo sostenible. Montoro-Rios, Francisco Javier (Universidad de Granada). 2011-2014. 45000 EUR. Investigador/a.

30.B6.84.1101. INDICADORES PSICOFISIOLÓGICOS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO SOSTENIBLE: ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE MENSAJES RELATIVOS AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE. Viedma-Del Jesus, Maria Isabel (Universidad de Granada). 2010-2010. 3000 EUR. Investigador/a.

P09-SEJ-5395. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN ADMINISTRACIONES LOCALES. Navarro-Galera, Andres (Universidad de Granada). 2009-2012. 41535 EUR. Investigador/a.

30.PP.0090.00. EVALUACIÓN DEL USO DE INCENTIVOS EN ENCUESTAS WEB. UNA APLICACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN DEFENSA DEL MEDIOAMBIENTE (PROYECTO INTERNATURA). Sanchez-Fernandez, Juan (Universidad de Granada). 2007-2007. 3000 EUR. Investigador/a.

P06-SEJ-2170. INTERNET, COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO EN ANDALUCÍA. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2007-2010. 162736,3 EUR. Investigador/a.

SEC2003-09231. MODELIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN MERCADOS ELECTRÓNICOS. ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS Y DE NAVEGACIÓN. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2003. 57960 EUR. Investigador/a.

QLRT ¿ 2001 02606. EFFECT OF DIET AND LIFESTYLE ON RISK LF GASTROINTESTINAL INFECTION AND ALLERGY IN EARLY LIFE; CONSUMER KNOWLEDGE, ATTITUDES AND NEEDS. 2003-2005. 3194008 EUR. Investigador/a.

1FD97-0306. INVESTIGACION COMERCIAL SOBRE ALIMENTOS FUNCIONALES: NUEVOS VALORES Y OPTICA RELACIONAL. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 1998-2001. 137631,77 EUR. Investigador/a.

IEA21/11/95. ESTUDIO SOBRE EL CONSUMO Y EL COMERCIO MINORISTA EN LA PROVINCIA DE GRANADA. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 1996-1997. 6010,12 EUR. Investigador/a.

C.3. Contratos, méritos tecnológicos o de transferencia

Acciones de Comunicación del Vicerrectorado. Ferre, Dolores (Universidad de Granada). 2015-2015. 21420 EUR.

ESTUDIO DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA (2007). Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2010-2011. 25000 EUR.

REDISEÑO DE ENVASES DE LECHE CLÁSICAS PULEVA. PULEVA. Montoro-Rios, Francisco Javier (Universidad de Granada). 2009-2009. 8000 EUR.

ESTUDIO DE OPINIÓN DE LOS HORECAS SOBRE LAS MERMELADAS PULEVA. Ibañez-Zapata, Jose Angel (Universidad de Granada). 2009-2009. 6200 EUR.

PERFECCIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS COMERCIALES OFRECIDOS POR AXESOR A TRAVÉS DE INTERNET. INFOTEL, INFORMACIÓN Y TELECOMUNICACIONES, S. A.. Muñoz-Leiva, Francisco (Universidad de Granada). 2008-2009. 16100 EUR.

INVESTIGACIÓN SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN CLIENTES Y NO CLIENTES DE CAJA RURAL. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2006-2007. 15200 EUR.

COLABORACIÓN EN EL ANÁLISIS DE DATOS Y REDACCIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. UNIVERSIDAD DE GRANADA. Ibañez-Zapata, Jose Angel (Universidad de Granada). 2004-2004. 1800 EUR.

LA IMAGEN DE LA CIUDAD DE GRANADA POR LOS LIDERES DE OPINION. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2002-2002. 29107,02 EUR.

LA IMAGEN DE LA CIUDAD DE GRANADA POR LOS RESIDENTES. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 2002-2002. 29804,19 EUR.

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA Y PROGRAMAS Y MEDIDAS DE MODERNIZACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR EN ANDALUCÍA. Martin-Armario, Enrique. 2001-2001. 104576,11 EUR.

EXPLORACION DE ALTERNATIVAS PARA LA EXPORTACION DEL MELOCOTON. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 1998-1999. 0 EUR.

ESTUDIO SOBRE EL CANAL DE DISTRIBUCION DE PULEVA. Luque-Martinez, Teodoro (Universidad de Granada). 1997-1999. 33961,47 EUR.

C.4. Patentes

C.5. Congresos

López-Callejón, Ana; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Liebana-Cabanillas, Francisco J., **“Eficacia publicitaria de mensajes basados en amenazas y en logros contra el tabaquismo. Pasado, presente y futuro”**, XXIX Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2017, Sevilla, España. (Presentación oral)

Liebana-Cabanillas, Francisco J.; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Ramírez-Martín, Ana, **“Social Media Banking: Análisis empírico del caso español”**, International Marketing Trends Conference 2017, Madrid, España. (Presentación oral)

Solnais, Céline; Sanchez-Fernandez, Juan; Ibañez-Zapata, Jose Angel, **“Neuromarketing: The future of market research or a passing trend?”**, International Marketing Trends Conference 2015, Paris, Francia. (Presentación oral)

Martinez-Fiestas, Myriam; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Montoro-Rios, Francisco Javier; Sanchez-Fernandez, Juan, **“Supremacía de los Objetivos Intrínsecos Versus Extrínsecos en los Mensajes Publicitarios Ecológicos”**, XXIII JORNADAS HISPANO LUSAS DE GESTION CIENTIFICA 2013, Málaga, España. (Presentación oral)

Ibañez-Zapata, Jose Angel; Martinez-Fiestas, Myriam, **“Un estudio exploratorio de los antecedentes psicográficos de la simplicidad voluntaria: valores y estilos de vida”**, XXIV Congreso Nacional de Marketing 2012, Mallorca, España. (Presentación oral)

Liebana-Cabanillas, Francisco J.; Muñoz-Leiva, Francisco; Ibañez-Zapata, Jose Angel; Rey-Pino, Juan Miguel, **“The role of mobile payment systems in electronic commerce”**, XVI European Marketing Academy: Marketing to Citizens :Going beyond Customers and Consumers, 2012, Lisboa, Portugal. (Presentación oral)

Rejón-Guardia, Francisco; Rey-Pino, Juan Miguel; Ibañez-Zapata, Jose Angel, **“Eficacia de la publicidad en redes sociales: análisis de formatos”**, XXII Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Cientifica 2012, Vila Real, Portugal. (Presentación oral)

C.7. Tesis Doctoral

MODELIZACION DEL IMPACTO PROVOCADO POR LA PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DESDE UNA OPTICA SITUACIONAL.

C.9. Proyecto de Innovacion Docente

Dinamizacion de las actividades de enseñanza-aprendizaje a traves de simulaciones de CRM. 2010-2011.

Dinamizacion de las actividades de enseñanza-aprendizaje a través de simulaciones mediante software crm (gestion de relaciones con el cliente). 2011-2012.

Utilización de un sistema de entrevistas móviles (HAPI) en la enseñanza de Investigación de Mercados. 2005-2006.

APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE M-LEARNING A LAS ENSEÑANZAS DE MARKETING: ELABORACIÓN DE MATERIALES MULTIMEDIA Y SU DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES.. 2009-2010.