

<b>Parte A. DATOS PERSONALES</b>		<b>Fecha del CVA</b>	18 marzo 2025
Nombre y apellidos	José Luis León Sáez de Ybarra		
DNI/NIE/pasaporte			
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid	https://orcid.org/0000-0002-5374-2855	
	Scopus ID		

**A.1. Situación profesional actual**

Organismo	Universidad del País vasco		
Dpto./Centro	Facultad ciencias sociales y de la comunicación		
Dirección	Campus leioa sn . Leioa. Vizcaya		
Categoría profesional	Catedrático U.	Fecha inicio	19 agosto 1992
Espec. cód. UNESCO	5915		
Palabras clave	Investigación de marketing, Persuasion publicitaria		

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

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Publicidad y rrpp.	Complutense de Madrid	1979
Doctorado	Complutense de Madrid	1986

**A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica**

2 sexenios  
 2 tesis doctorales dirigidas últimos años.

**Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM (máximo 3500 caracteres, incluyendo espacios en blanco)**

José Luis León Sáez de Ybarra es Catedrático de Universidad en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), especializado en Comunicación en marketing y publicidad. Obtuvo su Licenciatura y Doctorado en Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Su trayectoria profesional se ha caracterizado por una intensa actividad investigadora en áreas como la publicidad y su impacto en las ventas, la creatividad y eficacia publicitaria, los modelos de persuasión y las estrategias SEO en el ámbito industrial. Ha participado en proyectos de investigación relevantes, como el análisis de la competitividad SEO en la industria vasca, y ha publicado múltiples artículos científicos en revistas de prestigio, abordando temas clave en la comunicación y la publicidad. Su producción académica incluye libros y capítulos especializados, destacando títulos como "Persuasión pública" y "Mitoanálisis de la publicidad". Además, ha desarrollado patentes innovadoras relacionadas con la publicidad y la estrategia comunicativa, como simuladores de campañas electorales y herramientas de brainstorming creativo. Ha sido ponente en diversos másteres y cursos de formación en comunicación y publicidad, colaborando con instituciones como la Universidad del País Vasco, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Sevilla. Su participación en comités científicos y congresos internacionales refuerza su compromiso con la investigación en comunicación estratégica.

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

## C.1. Publicaciones

\*Culturas temáticas en los artículos científicos sobre publicidad. Anglosfera vs. Hispanosfera

adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación, ISSN 2174-0992, Nº. 26, 2023 (Ejemplar dedicado a: La nueva cultura visual en el entorno digital), págs. 203-230

\*Marcas, publicidad y neomedia. Prospectivas de acción en tiempos de pandemia. Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, ISSN 1989-600X, Nº. 20, 2022, págs. 5-24

\*‘Insightología’ tras la Covid-19. Ruptura y aceleración. Investigación y marketing, ISSN 1131-6144, Nº. 150, 2021

\*Publicidad y aumento de las ventas. Estudio inductivo sobre campañas vendedoras. adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación, ISSN 2174-0992, Nº. 20, 2020 (Ejemplar dedicado a: La comunicación que viene: vías y tendencias de futuro), págs. 311-334

\*Creatividad y eficacia publicitaria: hacia un nuevo copytesting. Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, ISSN 1989-600X, Nº. 14, 2016, págs. 1-15

\*Validez y extensiones del modelo de la probabilidad de elaboración (ELM): para una teoría persuasiva de campo en publicidad

## C.4. Patentes

Inventores (p.o. de firma): LEON SAEZ DE YBARRA, JOSE LUIS

Título: Creadstorming

N. de solicitud: País de prioridad: E Fecha de prioridad: 2019

Inventores (p.o. de firma): LEON SAEZ DE YBARRA, JOSE LUIS

Título: Target. Simulación de estrategia publicitaria (gameboard)

E Fecha de prioridad: 2016

