



ELISA MONTSERRAT

Planes estratégicos, gestión de Nuevos Proyectos, diseño y motivación de Equipos, Comunicación, Marketing y fuerza de Ventas son mis áreas de especialización.

Nací en Barcelona hace 50 años y resido en Navarra. Estoy casada y tengo 4 hijas, de entre 14 y 24 años. Me encanta aprender, siempre en formación continua. A mi estilo proactivo y responsable en el ámbito profesional, hoy se suma una motivación especial para asumir nuevos retos, así como una mayor disponibilidad de tiempo y para viajar, si es preciso, dentro o fuera de España. 637532826 /emontse@unav.es / LinkedIn: elisamontserrat73

FORMACIÓN

- **Posgrado en Dirección Comercial y e-Commerce** (UOC, 2020).
- **Posgrado en Marketing Digital** (Icmd-ESIC, 2007).
- **Diplomada en Estudios Avanzados** (Suficiencia Investigadora) en **Responsabilidad Social Corporativa** (U. de Navarra, 2000).
- **Diplomada en Guión y Producción Audiovisual** (U. de Navarra, 1996).
- **Graduada en Ciencias de la Información** (Universidad de Navarra, 1995).

Formación complementaria:

- | | |
|------|---|
| 2023 | Curso online "On Care for Our Common Home" . EdX. Impartido por Jeffrey Sachs, dtor. del Instituto de la Tierra de la Universidad de Columbia y asesor de Naciones Unidas en relación con los ODS. |
| 2020 | Certificado de Especialización en Dirección Comercial . (UOC-Universitat Oberta de Catalunya). |
| 2019 | Especialización en Principios y Estrategias de Marketing . (UOC). |
| 2017 | Curso online "Construyendo Museos del Siglo XXI" (Leycester University). |
| 2011 | Cursos presenciales (40 horas/c.u.): Dirección de Ventas, Finanzas para no financieros, Fidelización de Clientes, Gestión de Proyectos (IESE Business School, Barcelona y Madrid). |

ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN

Funciones:

- Ideación y gestión de Nuevos Proyectos.
- Dirección de equipos, de diferentes perfiles: artistas-creadores, investigadores, fundraisers, profesionales de la comunicación y marketing.
- Comunicación Corporativa.
- Marketing Digital.
- Acción Comercial.
- Impacto Social.

Sectores:

- Arte y Cultura: gestión de Museos y Teatros, gestión de actividades, desarrollo de servicios y productos, financiación, patrocinios, públicos.
- Investigación y Divulgación Científica.
- Educación Superior.
- Sostenibilidad: creación y ejecución de planes corporativos en ESG y comunicación.
- Salud, especialmente ámbito de la atención médica.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO UNIVERSIDAD DE NAVARRA (2011-2019 y 2024)

MIEMBRO DE LA JUNTA DIRECTIVA Y DIRECTORA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Funciones: Miembro de la Junta Directiva del proyecto, desde el origen de la idea hasta el quinto aniversario tras la inauguración del Museo. Asumiendo progresivamente diversas direcciones, como la de Comunicación y Marketing, Desarrollo, Atención al Visitante y Merchandising. Definición de la estrategia, áreas y configuración de los equipos necesarios. Colaboradora en las tareas de fundraising, patrocinios y programa Amigos del Museo. Relaciones institucionales. Plan de Públicos. Planes de marketing y ventas de servicios y actividades del Museo.

RECTORADO UNIVERSIDAD DE NAVARRA (2019-2023)

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN CIENTÍFICA

- Miembro de la Oficina de Proyectos Estratégicos Universidad de Navarra. Funciones: seguimiento de los doce proyectos estratégicos y sus objetivos, aplicación de la lógica de impacto en los proyectos, medición de la evolución, comunicación interna y externa.
- Directora de la Unidad de Cultura Científica: comunicación científica de todas las áreas del saber; planificación de actividades y materiales para divulgación de la ciencia, promoción del impacto social de la investigación, transferencia social.
- Responsable de comunicación y marketing del futuro CENTRO BIOMA, que albergará el Museo de Ciencias y el Instituto de Investigación en Biodiversidad y Medioambiente.

DIRECTORA DE MARKETING CORPORATIVO UNIVERSIDAD DE NAVARRA.

Funciones: Definición del plan estratégico del centro para 2020-25 denominado "Universidad y Sostenibilidad". Desarrollo y ejecución de 3 de sus 6 líneas: áreas estratégicas de Investigación, puesta en marcha de la unidad de Formación Online y del proyecto Centro Bioma, para el estudio, docencia y divulgación de la sostenibilidad. Definición de la arquitectura de marca, autora del Manual de Marca actual, realización de materiales corporativos. Directora de la Campaña de marketing corporativo en el Covid (+21% en nº de estudiantes) y miembro de las Comisiones de Financiación, Promoción y Comunicación organizadas en Rectorado durante la pandemia.

SERVICIO DE PUBLICACIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA (2009-2011)

GERENTE Y DIRECTORA DE PUBLICIDAD

Funciones: Gestión y rediseño de la arquitectura de marca, minimizando la dispersión de submarcas en torno a la marca institucional. En el Servicio de Publicaciones, optimización de las operaciones, reduciendo costes en diseño, imprenta y distribución (-400%), mejorando los índices de indexación y citación, y la identidad gráfica corporativa de las revistas. En la revista cultural Nuestro Tiempo, responsable de ingresos por publicidad (+300%).

CLÍNICA UNIVERSIDAD DE NAVARRA (2005-2009)

DIRECTORA DE MARKETING.

Funciones: Elaboración del primer plan de marketing de la Clínica, estudio de satisfacción, análisis de la competencia, plan estratégico para la atracción y fidelización de pacientes particulares. Mejora de los servicios de atención al paciente: reforma de los espacios en el interior del hospital, nueva señalética, gestión de contenidos del canal de televisión interno, materiales sobre cuidados de la salud y calidad de vida, promoción de la prevención y la detección precoz, información (audiovisual, digital) sobre el tratamiento de las enfermedades. Elaboración y ejecución de planes de marketing por especialidades médicas principales: oncología, oftalmología, dolor, digestivo, otorrino, psiquiatría pediátrica, medicina paliativa, chequeos, etc. Programación de campañas en el Call Center. Puesta en marcha de la estrategia en Turismo de Salud con el Gobierno de Navarra. Organización de eventos. Implementación de un sistema de encuestas de satisfacción de los pacientes e implementación de mejoras oportunas a nivel corporativo. Gestión de premios y rankings nacionales e internacionales, consiguiendo la entrada en Merco por primera vez. Premio en marketing de salud por la campaña "100 razones" de promoción de los servicios médicos de la Clínica. Colaboración estrecha con el Servicio de Calidad para optar por vez primera al reconocimiento de la Joint Commission Internacional; y seguimiento en las renovaciones bienales.

CONSULTORA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING (2000-2005)

- **AGENCIA "ALFARO & BERANGO & TBWA"** Navarra. Directora de Grandes Cuentas. Consultora de comunicación y marketing para clientes de diversos sectores en el ámbito regional y nacional. Delegada comercial para Diario de Navarra para las empresas clientes de la agencia. Formadora en comunicación de *startups* en la incubadora CEIN.
- **GRUPO EDITORIAL RECOLETOS.** Delegada Comercial en Navarra y Aragón de la revista "Actualidad Económica".

COMERCIAL Y ASISTENTE DE DIRECCIÓN EN TELEVISIÓN (1998-2000)

CANAL 4 TV (actualmente Navarra TV). Asistente de dirección y coordinadora comercial del departamento de publicidad, marcando objetivos generales de facturación y para cada miembro del equipo.

ACCESO GROUP (2 años)

1995-91, Barcelona. Primer contrato laboral. Responsable de la comunicación con clientes de *Acceso Group*, especializada en la realización de *clippings* con las apariciones en prensa y televisión de las empresas cliente.

REDACTORA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN (4 años)

1993-1995, contratos en prácticas: ABC (2 años) / Diario de Tarragona / Europa Press / Onda Cero.

INFORMACIÓN ADICIONAL

MEMBRESÍAS:

UCC: Directora de la Unidad de Cultura y Comunicación de la Ciencia (FECYT, Min. Ciencia, Gob. España) de la Universidad de Navarra.

AMKT: Miembro Asociación de Profesionales de Marketing y Jurado de los Premios Nacionales de Marketing.

Representante Miembro insitucional **ICOM**- UMAC

IDIOMAS: Inglés (B2) / Castellano y Catalán (nativos).

NNTT: Plataformas de trabajo colaborativo (Asana, Slack) / Office / Diseño gráfico / Edición de videos y audios / Edición Web (wordpress) / IA aplicada a Marketing.

SOFT SKILLS: Visión estratégica, enfoque a Desarrollo de Negocio, ideación y ejecución de Nuevos Proyectos, capacidad para la creación y motivación de los Equipos, Creatividad, Proactividad, gestión del Estrés, dote para las Relaciones Institucionales.