

Posición de DIRECTOR/A DE COMUNICACIÓN para la Fundación Pasqual Maragall

Contexto

La Fundación Pasqual Maragall se creó en 2008 con la misión de promover y desarrollar investigación biomédica de excelencia. La Fundación está totalmente comprometida para ser decisiva en la contribución de soluciones globales al problema de la enfermedad de Alzheimer y demencias relacionadas, así como para sensibilizar socialmente para conseguir que el apoyo científico a estos retos alcance la prioridad adecuada. La investigación de la Fundación se realiza en el "BarcelonaBeta Brain Research Center" (BBRC), centro de investigación constituido con la participación de la Universidad Pompeu Fabra y de la Fundación "la Caixa".

La visión de la Fundación Pasqual Maragall es conseguir "Un futuro sin Alzheimer", en el marco de un envejecimiento activo y saludable que esté asociado a experiencias positivas y libre de problemas y declives cognitivos. Para este fin, la investigación en BBRC se dirige a la prevención primaria y secundaria de la enfermedad de Alzheimer, algo que es posible gracias a la participación de miles de personas que, de forma voluntaria, contribuyen a unos estudios científicos para lograr que, en un futuro próximo, existan muchas menos personas enfermas.

Junto a la investigación en prevención del Alzheimer se están desarrollando otros proyectos científicos dirigidos a comprender mejor los mecanismos de las memorias y sus alteraciones y así conseguir métodos y técnicas para su protección, estímulo y reparación.

La Fundación Pasqual Maragall es una entidad privada sin finalidad de lucro, cuyos recursos económicos provienen de donaciones filantrópicas de entidades y empresas así como de una extensa red de más de 18.000 socios que contribuyen a financiar la investigación. El personal científico del centro de investigación también consigue de forma competitiva ayudas y subvenciones, principalmente de fondos europeos y fundaciones internacionales. Para más información visiten nuestras páginas web:

www.fpmaragall.org y www.barcelonabeta.org

Somos una fundación joven, consolidada y en crecimiento. Junto con BBRC, actualmente sumamos más de 80 personas, con un aumento de plantilla del 50% sólo en el último año. El equipo científico está formado por investigadores y profesionales de las áreas de la medicina, biología, psicología y enfermería, entre otros. También contamos con áreas transversales de mantenimiento, IT, finanzas, compras, recursos humanos, comunicación y captación de fondos. Todo en un entorno dinámico y donde los retos continuos forman parte del ámbito de trabajo de la Fundación.

La Fundación Pasqual Maragall busca a un/a **DIRECTOR/A DE COMUNICACIÓN** :

La dirección de comunicación es una posición clave en el desarrollo de la estrategia integral de la Fundación. Establece y monitoriza la estrategia de comunicación alineada con los objetivos y misión de la organización.

La persona seleccionada definirá y ejecutará las líneas estratégicas y las prioridades del área de comunicación con el fin de lograr los objetivos de notoriedad, captación de recursos y fidelización a la causa de la Fundación.

En el **ámbito externo**, la dirección de comunicación aportará notoriedad (reconocimiento de la marca y posicionamiento en medios de comunicación mediante la publicación de contenido, negociación de cesión de espacios o publicidad/patrocinio), reputación (participando en seminarios, conferencias, publicaciones, escribiendo artículos o contenidos...), contribuirá a la captación, y a la fidelización de las audiencias.

En el **ámbito interno**, aportará información (a los profesionales para hacer su trabajo), comunicación (establece canales y articula mensajes) y fidelización (consigue orgullo de pertenencia). Del mismo modo, gestionará la comunicación institucional, la de marketing, publicidad y la de crisis; sin olvidar las acciones relacionadas con los interesados (stakeholders), así también como la gestión de la función corporativa de la organización.

La dirección de comunicación es una posición clave en el desarrollo de la estrategia integral de la Fundación. Está integrada en el equipo de dirección y gestión al más alto nivel. Cuenta con equipo propio y soporte externo para el desempeño de su labor y trabaja codo con codo con la Dirección de Captación de Recursos.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- Definir y ejecutar las líneas estratégicas de comunicación para asegurar el máximo impacto de las acciones de la Fundación en medios de comunicación.
- Liderar la estrategia e interlocución con los medios de comunicación *off/on line* para garantizar la generación de notoriedad de la Fundación como referente en investigación de Alzheimer a nivel estatal.
 - Búsqueda constante de acuerdos con los medios a nivel local/autonómico/estatal para incluir la Fundación en campañas probono como proyecto “único” y “singular” de prevención de Alzheimer.
 - Crear una base de datos cualificada de medios de comunicación on/off line enfocada a la captación de fondos y generación de notoriedad.
 - Organizar encuentros con prensa, líderes de opinión y otros key influencers para apoyar la captación de fondos y fomentar el conocimiento de marca a nivel estatal.
 - Crear acciones noticiables que fomenten la captación de recursos.
 - Proponer y coordinar iniciativas que exploren nuevos canales de comunicación a fin de ampliar la notoriedad pública y la base social de la organización a nivel estatal.
 - Coordinar la redacción, envío y seguimiento de notas, así como la preparación de dossieres de prensa y el *press-clipping* de la Fundación.
- Gestionar y planificar la campaña de la Fundación (briefing agencias, planificación medios, medición impacto etc.)
- Coordinar con el Responsable de Relaciones Institucionales de la Fundación las relaciones públicas de la organización: coherencia y formación de las actuaciones de embajadores, portavoces, relaciones con los Poderes y el Sector Público / Administración estatal.
- Supervisar la estrategia de generación de contenidos públicos de la Fundación velando por la identidad corporativa, la correcta trasmisión del mensaje y su alta capacidad de difusión. Lidera la creación de procedimientos internos para la aprobación de los contenidos.

- Supervisar los eventos de la organización velando por el cumplimiento de los objetivos de los mismos, la notoriedad pública y la identidad corporativa.
- Analizar los resultados con el fin de valorar periódicamente la consecución de los objetivos numéricos de apariciones en medios, aumento de base social, notoriedad pública y alianzas con *key influencers* garantizando el cumplimiento de los criterios de retorno de la inversión y eficiencia del gasto.
- Liderar la adecuada vinculación de los presupuestos del departamento a la estrategia de la organización, rendirá cuentas de los recursos asignados y garantizará la correcta gestión financiera, velando por la eficacia y eficiencia en la gestión de los recursos.
- Analizar los resultados (relacionados con el contexto global externo) del papel de la Fundación en el sector y su relación con el público a fin de desarrollar escenarios y previsiones a futuro para aprovechar las oportunidades que permitan a la Fundación ser percibido como un referente en investigación en Alzheimer.
- Identidad corporativa. Se encarga de asegurar la existencia de un manual de identidad corporativa, donde se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de la marca, así como los diferentes elementos visuales que la conforman, en todo tipo de soportes (tanto virtuales como impresos). Se responsabiliza de su aplicación en todos los ámbitos.
- Motivar, distribuir tareas, marcar prioridades, proporcionar herramientas y formación a las personas con las que trabaja.

Perfil,

- Buscamos a una persona con la capacidad para transmitir los valores de la Fundación, que sienta el compromiso con causas sociales, valoramos el sentido de la responsabilidad, enfocada a cumplir los objetivos.
- Debe poseer habilidades como la capacidad de relación y comunicación, la visión global y la capacidad de síntesis, la capacidad de liderazgo, la capacidad de negociación, y fundamental su condición de estratega.
- Ser agente multidisciplinar valorando y teniendo firmemente en cuenta para el desarrollo de su trabajo los activos de la Fundación (su proyecto) y buscando oportunidades para maximizar su notoriedad, conocimiento de marca y, en definitiva, impactar.
- Otro requerimiento es su habilidad para medir la calidad y resultados de su gestión, de manera que pueda demostrar el valor añadido de la gestión comunicacional, lo que le lleva a dominar diferentes técnicas de recolección de datos, así como generar indicadores que reflejen la calidad del proceso comunicativo en la organización. Es capaz de generar un cuadro de mando global que comparte con la Dirección, de forma que se puede medir cómo la inversión en comunicación genera réditos a la Fundación.

Perfil necesario

- Capacidad de desarrollar y generar planes estratégicos orientados a la consecución de resultados económicos.
- Conocimiento profundo de los principios y prácticas de las relaciones con los medios.
- Amplia experiencia contrastada en puestos de responsabilidad en materia de comunicación.
- Capacidad para proponer, liderar y acompañar los cambios necesarios para lograr los objetivos de la Fundación.

- Capacidad de construir y mantener una imagen pública positiva de la organización.
- Liderazgo y excelentes habilidades para la toma de decisiones con rapidez y orientación estratégica.
- Capacidad de gestionar equipos multidisciplinares y de desarrollar a las personas y acompañarlas hasta su máximo potencial.
- Posee excelentes habilidades de comunicación oral y escrita.
- Capacidad para generar relaciones de confianza en beneficio de la organización.
- Conocimientos sólidos en las áreas de marketing, publicidad y relaciones públicas.
- Social Media nativo.
- Creatividad e innovación.
- Conocimiento para el control presupuestario y *reporting* de los resultados.
- Identificación y compromiso con la misión de la organización y con los valores de la misma.

Qué ofrece la Fundación

- Contratación directa por la Fundación Pasqual Maragall con contrato indefinido, 6 meses de prueba.
- Salario fijo + retribución variable; retribución total según perfil.
- 23 días laborables de vacaciones anuales (mes de agosto entero).
- Días de libre disposición en Semana Santa y Navidad.
- Equipo dinámico, comprometido y altamente profesionalizado.
- Buen ambiente laboral.
- Universo de colaboradores externos de primera línea: gabinete de prensa, agencia de comunicación, entre otros.

Enviar a

rh@fpmaragall.org

Asunto: DIRCOM

En cumplimiento de la GDPR, le informamos que sus datos personales serán custodiados por la Fundación Pasqual Maragall y la Fundación Barcelonaβeta Brain Research Center para gestionar el proceso de selección de la oferta de empleo que ha solicitado. Una vez completado el proceso de selección, los datos se borrarán.

Usted tiene derecho a ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición reconocidos en la Ley 15/1999, dirigidos a la Fundación Pasqual Maragall y a la Fundación Barcelonaβeta Brain Research Center: Calle Wellington 30, 08005 Barcelona