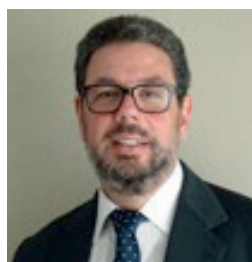


Señores,  
 A continuación facilito mi curriculum para concurrir al puesto de especialista en Neuromarketing, comunicación corporativa, marketing.  
 En plaza fija o por asesoramiento permanente a su compañía.



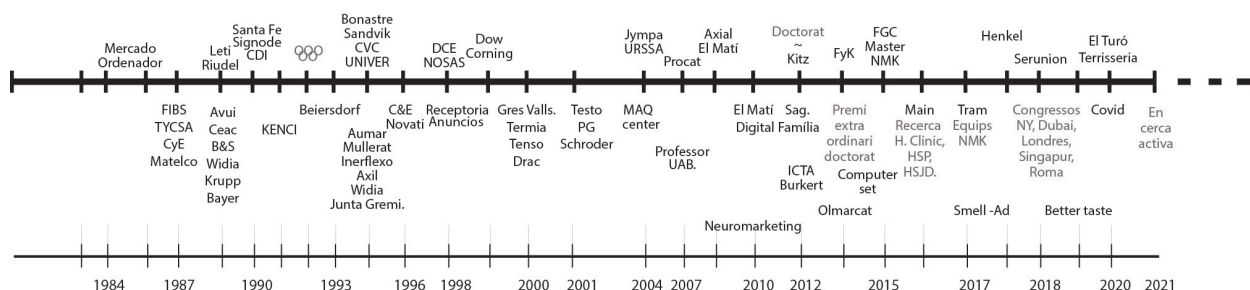
**Dr. Pere Navalles Villar**  
 DNI 37741068  
 Domicilio: Barcelona ciudad  
 Tèl. +34 670831796

## Neuromarketing Comunicación corporativa RSC, Publicidad

www.navalles.cat/pere  
 e mail: pere@navalles.com  
 Catalán, Español, Inglés, Italiano

*Para obtener mejores resultados.*

*Estudio de precios, diseño producto, validación de la publicidad, objetivos de sostenibilidad, mejora de relaciones con clientes, clientes internos, objeciones al consumo, emoción, Top of mind de la marca ...*



### Currículum profesional y académico. *actualizado a 01 21.*

*Ferrero  
 Tic-Tac  
 Henkel  
 Serunion  
 FGC  
 Sandvik  
 Widia  
 Krupp  
 Ajunt. de Barcelona  
 Uralita  
 Beiersdorf  
 Bayer  
 Buades  
 Leti  
 Grup TYCSA  
 Càritas  
 Fibs  
 Sagrada Família  
 UAB  
 entre otras*

**Pere Navalles,**

**es conocido internacionalmente como un introductor del neuromarketing en España.**

**Especialista en Neuromarketing, orientado a productos de consumo, publicidad, marketing, asesoramiento a dirección de empresas e instituciones.**

57 años, casado, tres hijos.

Es Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universitat Autònoma de Barcelona. (2012).

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, UAB. (1992).

Técnico superior Diseño y artes gráficas, EPSS. (1983).

Ha realizado estudios de postgrado de investigación cualitativa.

Director e impulsor del Máster de neuromarketing durante 6 ediciones, Universitat Autònoma de Barcelona. (2015-2021).

Desde el 2013, dirige un grupo de investigación de neuromarketing donde participan hasta 30 investigadores del ámbito de la medicina, la psicología, la economía, la comunicación, la química de los aromas, entre otros.

## COLABORACIONES

*Colabora habitualmente con instituciones sanitarias:*

- Instituto de investigación del Hospital de Sant Pau.
- Hospital Clínic (IDIBAPS).
- Hospital Sant Joan de Déu HSJD, con quien tiene firmado un convenio de investigación y docencia.
- Institutos de investigación: LEITAT, Institut de Neurologia UAB, ICTA Institut de ciències i tecnologia ambientals, entre otros.
- Empresas del ámbito químico LUCTA aromas y fragancias, GIVAUDAN, etc.

## REPRESENTACIÓN PROFESIONAL

Miembro fundador del Colegio Oficial de Publicitarios.

Miembro del Colegio Oficial de Diseñadores de Catalunya.

Miembro del Club de Màrketng Barcelona, CMB, que fundó su padre en 1956.

Exmiembro de la Junta Directiva del Gremi de Publicitat.

Exdirector del festival internacional de publicidad por Internet.

Miembro fundador del diario El Matí Digital.

Miembro claustral electo de la universidad UAB.

Ha impartido conferencias profesionales de neuromarketing y de publicidad a universidades y foros empresariales, además de cursos para empresarios y directivos.

## ACTIVIDAD PROFESIONAL

**Director de Publicidad Navalles, S.L. hasta 2020.**

Funciones de dirección y realización de campañas publicitarias y asesoramiento en marketing para marcas de diversos sectores empresariales: siderurgia, farmacia, instalaciones, enseñanza, detergentes, caramelos, etc.

Ha colaborado con empresas como: **Ferrero, Tic-Tac, Henkel, Serunion, FGC, Sandvik, Widia, Krupp, Ajuntament de Barcelona, Uralita, Beiersdorf, Bayer, Buades, Leti, Grup TYCSA, Càritas, Fibs, Sagrada Família, UAB**, entre otras.

Profesor de publicidad y marketing estratégico en la Facultad de comunicación y la Facultad de Economía y Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona. (2007-2021).

Investigador de neuromarketing para empresas de consumo, alimentación, aromas y del sector del transporte público, entre otros.

Realiza transferencia de conocimiento de la UAB en la industria, dentro del programa 20/20 de Eureka, UAB.

Le han concedido premios por su trabajo creativo y de marketing. Ha formado parte de jurados de festivales y premios.

## DOCENCIA

Hace catorce años imparte docencia en la Universidad, los siguientes cursos:

### *Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB*

- Dirección de Cuentas. Curso académico 2007-08.
- Estrategia Creativa, 2007-08.
- Mercadotecnia Estratégica y Corporativa. Cursos académicos 2008 al 2017.
- Teoría y Estructura Publicidad Y Relaciones Públicas, de 2008 a 2021.
- Máster Tecnología gráfica, 2007-08. EUSS, UAB.
- Máster Publicidad de turismo, del 2009 al 2011.  
Coordinador del máster Dr. Luis de Borja. UB.
- Máster Artes Gráficas. Coordinador del máster Dr. Josep Lluís Valero.  
Escuela Universitaria Salesiana Sarrià.
- Máster en neuromarketing. Director y coordinador del Máster, UAB del 2015 al 2021.

### *Facultad de Economía y Empresa, UAB*

- Máster Oficial de Marketing. Cursos académicos del 2012 al 2017.  
Coordinadora del máster Dra. Pilar López.

## CONGRESOS Y CONFERENCIAS

- Ponencia “**Olor y emociones**” en el Congreso Entertainment and emotion. CSIC (Centro Superior de Investigaciones Científicas) Benasque 2010.
- Asiste a congresos internacionales de neuromarketing donde presenta trabajos.
  - **Neuromarketing Science and Business Association (NMSBA)** , Nova York 2014, Barcelona 2015, Dubai 2016, Londres 2017, Singapur 2018, Roma 2019.
  - **Associazione Italiana di Neuromarketing (AINEM)**. Alguer Italia 2018.
- Ponente en el congreso de **Publicidad y tatuaje**, UAB. Barcelona 2015.
- Imparte conferencias y cursos en Universidad abierta, Club de Marketing, Colegio profesional de publicitarios, entre otros espacios profesionales.

## INVESTIGACIÓN

Desde 2014, dirige un **grupo de investigación de neuromarketing** con investigadores de medicina, la psicología, economía, comunicación, química, entre otros.

Colabora habitualmente con especialistas del instituto de investigación del Instituto de investigación del **Hospital de Sant Pau**, el **Hospital Clínic (IDIBAPS)** **Hospital Sant Joan de Déu (HSJD)** con quien ha firmado un convenio de investigación y docencia.

Dispone de laboratorio de neuromarketing, de lo más avanzado en equipamiento, para investigación con empresas e institutos.

Autor de la **Tesis Doctoral “Capacidad de reconocimiento e identificación de una marca comercial por medio del olfato”**. UAB, marzo 2012.

Codirector de la investigación Epidemiológica **OLMARCAT**. Con el Hospital Clínico de Barcelona. Reconocimiento e identificación por el aroma de productos alimenticios de consumo y sus marcas comerciales.

Director de la investigación **SmellAD** sobre el aroma de las marcas, con: **Ferrero, Tram, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, FGC, UAB, Main, Navalles Publicitat**, la memorización y la identificación de marcas anunciantes, con la intervención de un aroma en el ambiente.

Autor de la Ponencia “**Odor and Emotions**” en el Congreso Entertainment and emotion. CSIC Benasque. 2010.

Investigación científica para **Serunion**, “**Better taste in older age**” para la mejora del sabor de la comida en adultos mayores y geriatría. 2017- 2019.

Investigación científica para **Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya**. Detección, análisis y supresión de olores a convoyes y estaciones de tren. 2015- 2018.

Comisario de la exposición “**La memoria del olor**” en la sala Ciudad del **Ayuntamiento de Barcelona**, 2012.

Comisario de la exposición “**La memoria del olor**” en la **Universitat Autònoma**. Hemeroteca general, con 4.000 visitas de estudiantes y comunidad académica, 2014.

Comisario de la exposición “**No me lo puedo sacar de la cabeza**” de neuromarketing y los sentidos, en la **Universitat Autònoma**, 2018.

Actualmente prepara un libro sobre los hallazgos en neuromarketing, que hace 7 años realizando su equipo investigador sobre el comportamiento del consumidor.

## PUBLICACIONES

### *Ha publicado sus estudios en revistas científicas:*

- **Questiones Publicitarias**, Vol. 1, Núm. 21 (2018) P. Navalles  
**Smell-Ad. La publicidad con aroma en el ambiente.**
- **Revista de Rinología** - 23, EP - 8, **Los olores como marca comercial**, (2011/11/01), Navalles, Pere.
- **The Neuromarketing Yearbook 2018 “Ad is in the air”**.
- **Música y Neuromarketing**. Prólogo y capítulo de libro.

### *Publicaciones en prensa técnica y especializada:*

- **Ipmark. El aroma en la publicidad:** Más del 50% de la población general puede identificar una marca por el aroma, ISSN 0214-7459, N°. 831, 2016, págs. 74-75; Campaña.
- Realiza intervenciones en programas de medios radio, prensa y televisión, como experto en neuromarketing a solicitud de los propios medios.