

apd

SEVILLA 31.10.17  
**3 CONGRESO  
NACIONAL  
MARKETING  
Y VENTAS  
DE LAS 4 Ps  
AL 360°**

#congresoAPDmkt



# apd

SEVILLA 31.10.17  
**3 CONGRESO NACIONAL  
MARKETING Y VENTAS**  
#congresoAPDmkt

## Patrocinadores

**beon.**  
WORLDWIDE

**Deloitte.**

**ESIC**  
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

**groupm**

**HEINEKEN**



**Iberinform**  
Crédito y Caución



**inmark**  
40 aniversario

**MEDIAPOST Group**  
The Experts in Customer Relationship Tools

**TEKNOSERVICE®**  
Tecnología en sus Manos

## Partners



**AEPS**  
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS  
de PUBLICIDAD de SEVILLA

**am** Asociación de  
Agencias de Medios

**A)P(C)**  
ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA COMUNICACIÓN

**ATRBUS**  
GESTIÓN DE TRIBUTOS ONLINE

**CEA**  
Confederación de  
Empresarios de Andalucía

**cmkm**  
club de marketing májaga

**LA FEDE**  
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE SEVILLA

**foro marketing**  
Sevilla

**MKT** ASOCIACIÓN  
DE MARKETING  
DE ESPAÑA

**SCHARLAU**  
Exclusive & Yours

**apd**

**CONGRESOS**

De la misma manera que los hábitos de vida y consumo de la sociedad han cambiado durante los últimos años, el marketing y las ventas han visto cómo la forma tradicional de hacer las cosas también se ha modificado radicalmente. De vender a que nos compren. De “hablar” con los consumidores a través de los periódicos, la radio o la televisión, a estar en permanente contacto con ellos por teléfono, internet, e incluso andando por la calle...

De decirles lo que está de moda, a que sean ellos mismos los que demandan según sus gustos y deseos. Del estándar, al producto y servicio personalizados. ¿Estamos viviendo una vuelta a la Edad Media, tal y como señalaba en el 2 Congreso Nacional de Directivos uno de sus ponentes?

Todas estas transformaciones suponen a su vez cambios de modelo en la manera de vender y de comunicarnos, lo que nos lleva a la primera pregunta de nuestro Congreso, ¿qué queda de “las formas de hacer” que hemos conocido hasta ahora?

No podemos olvidar que en estos momentos conviven varias generaciones con distintos hábitos de consumo: los Baby Boomers, la Generación X, la Generación Y (o Millennials) y la Generación Z, además de la Generación Builders, que está fuera del mercado laboral pero tiene un peso poblacional importante. La forma de consumir, los hábitos de vida y la manera de comunicarse, son muy dispares en cada uno de los casos.

Y todavía son muchos los ciudadanos analógicos, y empiezan a ser muchos los inmigrantes digitales y los nativos digitales. Y las empresas, su marketing y el modelo comercial deben llegar a todos. No podemos dejar a una parte de los consumidores sin atender.

En momentos en los que las encuestas fallan y en los que muchos responsables de marketing y ventas -y de otras funciones- no controlan parte de la tecnología que aplican en su día a día, la convivencia entre los distintos sistemas de comunicación, entre las diferentes formas de medir y entre las variantes en la manera de vender y fidelizar, se hace compleja y, en muchos casos, no se ha establecido un modelo fiable para asegurar el éxito.

¿Han desaparecido las 4 Ps? ¿Sólo vale el nuevo modelo 360°? ¿Qué queda de aquello? ¿Qué modelos y sistemas hemos de poner en práctica para llegar a todos los consumidores? No te pierdas las claves en el 3 Congreso Nacional de Marketing y Ventas de APD.

8:30 h  
Café de bienvenida

09:10 h a 09:30 h  
Dinamizador y conductor

09:35 h a 09:45 h  
Bienvenida e inauguración

**ENRIQUE SÁNCHEZ DE LEÓN**  
Director General  
APD

09:45 h a 10:10 h  
**HÁBITOS DE VIDA Y CONSUMO: NUEVOS  
CIUDADANOS, NUEVOS CLIENTES.**

**JAVIER ROVIRA**  
Profesor, Conferenciante y Escritor  
ESIC

10:15 h a 11:15 h  
**¿LOS FUNDAMENTOS DEL MARKETING SIGUEN  
SIENDO LOS MISMOS?**

Los cambios sociales que se han producido en los últimos años, en los hábitos de vida de los ciudadanos y en sus hábitos de consumo, la transformación en las formas de comunicarnos, suponen un cambio en la manera de hacer llegar los mensajes a los consumidores, en la forma de atender sus necesidades. Y esta situación nos lleva a la primera reflexión del Congreso, ¿siguen siendo los mismos los fundamentos del marketing? ¿Han cambiado totalmente o sólo ha cambiado la forma de relacionarse con el cliente de forma parcial? ¿Dónde encontramos las nuevas claves?

Mesa de debate

Moderador:

**JUAN JOSÉ PESO-VIÑALS**  
Socio  
DELOITTE DIGITAL

Participantes:

**GONZALO YBARRA**

Director de Marketing y Comunicación  
GRUPO YBARRA

**ELISABET VALLS**

Directora Programa JoBS  
SOGEVISO - BANCO SABADELL

11:15 h a 11:40 h  
Café Networking

11:45 h a 12:45 h  
**TRANSFORMACIÓN DEL MODELO COMERCIAL**

Al igual que los hábitos de consumo han cambiado, también lo ha hecho la forma de acercarnos al cliente. Bien sea en el B2B o bien en el B2C, la forma de vender ha cambiado y está cambiando. Embajadores de marca, asesores/consultores... hay que escuchar al consumidor y acompañarle no sólo durante el proceso de compra, sino a lo largo de su experiencia antes, durante y después de la misma. Estas circunstancias están obligando a las compañías a modificar su modelo comercial.

Moderador:

**IGNACIO PI**

Director General  
MEDIAPOST GROUP

Conversación Estratégica

**ANTONIO GASSÓ NAVARRO**

CEO  
GAES Centros Auditivos

Conversación Estratégica

**IGNACIO JIMÉNEZ**

Director General  
IBERINFORM

Conversación Estratégica

**BEGOÑA GÓMEZ FERNÁNDEZ**

Directora de Negocio para España y Portugal  
INMARK

12:50 h a 13:50 h

## **EL ÉXITO DE LAS MARCAS PEQUEÑAS**

La irrupción de las nuevas tecnologías están permitiendo que empresas pequeñas, con escasos recursos para invertir en la marca, estén consiguiendo en muy poco tiempo alcanzar cotas de éxito que a muchas grandes empresas les ha costado años y una gran inversión. ¿Qué podemos aprender de estas marcas de empresas más pequeñas? ¿La publicidad on line es más eficaz y menos costosa? ¿Cómo se generan marcas de éxito que lleguen a un gran número de consumidores?

Moderador:

### **LUIS GANDIAGA**

Director General Corporativo  
BEON WORLDWIDE

Participantes

### **BORJA VÁZQUEZ**

Presidente y Socio-Fundador  
SCALPERS

### **ELENA VIDAL**

Directora de Comunicación  
D.FRANKLIN

13:55 h a 14:10 h

## **EL CIO Y EL MARKETING Y LAS VENTAS**

Estudio realizado entre APD y Penteo sobre el papel que juega el CIO de cara al apoyo a los departamentos de Marketing y Comercial.

### **JAVIER SALA**

Director  
PENTEIO

14:10 h a 14:30 h

Coctel Networking

14:30 h a 15:40 h

Almuerzo

15:40 h a 16:00 h  
Dinamizador y conductor

16:05 h a 17:05 h  
**¿MÉTRICAS EN CUESTIÓN?**

Si analizamos lo que está pasando con las encuestas pre electorales o las que se hacen a pie de urna, hemos de concluir que algo está fallando en las mismas. Si, adicionalmente, observamos que hay nuevos canales de comunicación con los consumidores, que tienen sus propios modelos de medición, no siempre fiables ni siempre conocidos por los responsables de marketing, podemos inferir que éstos se encuentran con elevada dificultad para decidir dónde acudir de cara a conocer la relación entre su empresa y sus clientes.

Moderador:

**GERARDO MARIÑAS**  
CEO  
GROUP M

Conversación Estratégica

CEO

Batallas

**Mediciones en plataformas sociales**

**ALFONSO CALATRAVA**  
Marketing Science Lead  
FACEBOOK

Vs

**BLANCA STORCH**  
Consumer & Market Insight Coordinator  
HEINEKEN

**Mediciones tradicionales**

**ADOLFO FERNÁNDEZ**  
Head of Client Services  
MEDIACOM

17:10 h a 18:10 h

## **INNOVACIÓN EN LA ERA DEL CAMBIO**

Probablemente, nunca como ahora, ha sido tan complicado mantener un elevado ritmo de innovación si las empresas no quieren quedarse fuera del mercado. La rapidez a la que se mueve el mundo supera, en muchas ocasiones, la velocidad a la que se investiga y se innova. Por ello, hay productos o procesos de innovación que se pueden quedar sin ver la luz. ¿Qué hacer para estar al día? ¿Para no perder el tren de la fidelización del cliente?

Moderador:

### **Conversación Estratégica**

#### **JAVIER ELLENA**

Presidente y General Manager España  
LILLY

### **Conversación Estratégica**

#### **SANTIAGO ALFONSO**

Director de Marketing  
GRUPO COSENTINO

18:15 h a 18:40 h

## **INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL CUSTOMER EXPERIENCE**

#### **MÓNICA DEZA**

Global CEO  
BENDIT-THINKING

#### **FRANK LANSINK**

CEO de EMEA  
IPSOFT

18:40 h

Afterwork

## FICHA TÉCNICA

### 3 CONGRESO NACIONAL MARKETING Y VENTAS

Fecha: **31 de octubre de 2017**

Lugar: **FIBES. Palacio de Congresos de Sevilla**  
**Av. Alcalde Luis Uruñuela 1**  
**41020 Sevilla**

Horario: **de 9.30 h a 19.00 h.**

Almuerzo: **14.30 h.**

Teléfono de información: **954 293 668 / 91 523 79 00**

### Cuotas de inscripción

- Los Socios Protectores de APD podrán disponer de diez plazas para la Jornada, sin abonar cuota alguna.
- Los Socios Globales de APD podrán disponer de cuatro representantes a la Jornada sin abonar cuota alguna.
- Los Socios Individuales de APD podrán asistir a la Jornada sin abonar cuota alguna.
- Precio Almuerzo para Socios de APD:  
**50 €** por persona (I.V.A. incluido).
- No socios: Jornada + Almuerzo **1.200 €** (I.V.A. incluido).

Jornada

**3 Congreso Nacional de Marketing y Ventas**

**“De las 4P’s al 360º”**

**Sevilla, 31 de octubre**

Inscripciones:

**[www.apd.es](http://www.apd.es)**

**954 293 668**

Las personas inscritas consienten tácitamente, salvo contestación escrita en contrario, el tratamiento automatizado de los datos remitidos a la Asociación para el Progreso de la Dirección. De igual modo autorizan el tratamiento de cualquier otro dato que durante su relación con la asociación sea puesto de manifiesto, todos ellos necesarios para la inscripción de los servicios pactados, así como para futuros servicios que pudieran ser de su interés. Se informa a los afectados del derecho de acceder, rectificar y, en su caso, cancelar los datos personales que se incluirán en el fichero automatizado mediante petición escrita a la Asociación para el Progreso de la Dirección.

## PONENTES



### ENRIQUE SÁNCHEZ DE LEÓN

Director General

APD

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales en el Colegio Universitario de Estudios Financieros (C.U.N.E.F), Madrid. Y Licenciado en Derecho por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.

Desde enero de 1998 ocupa la Dirección General de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD). Anteriormente ocupó cargo en Metra-Seis Economía, y en Banco de Progreso.

Asimismo, ostenta los siguientes cargos: Miembro de la Junta Directiva del Instituto de Consejeros-Administradores; Presidente del Comité de Desarrollo Profesional del Instituto de Consejeros-Administradores; Miembro del Consejo Asesor de Merco; Miembro de la Junta Directiva del Foro de la Sociedad-Civil; Miembro del Patronato de la Fundación Transforma España y Consejero Coordinador de la compañía cotizada Ezentis.



### JAVIER ROVIRA

Profesor, Conferenciante y Escritor

ESIC

Doctor en Economía de Empresa y Diplomado en Estudios avanzados (Universidad Rey Juan Carlos), Master PDG (IESE) y Licenciado en Derecho y en Administración de Empresas (ICADE). Es Socio Director de Know How Consumering, profesor en Esic Marketing & Business School y Visiting Professor en la Shanghai International Studies University. Ha sido Director General de Laboratorios Babe, Neck & Neck y González Byass, así como Consejero Delegado de Sabelma y Director de Marketing en Bebidas PepsiCo, y Director Asociado de Marketing de Procter & Gamble en España y UK. Es autor de tres libros: "Persona, no Consumidor", "Reset & Reload" y "Consumering".



### JUAN JOSÉ PESO-VIÑALS

Socio

DELOITTE DIGITAL

Juan José Peso-Viñals es Socio y Cofundador de Daemon Quest, división de Deloitte especializada en Marketing y Ventas, líder de Mercado en Europa y LATAM en estrategia de clientes y Business Intelligence.

Es Socio de esta división en Deloitte Digital, ayudando a sus clientes a diseñar su Marketing y estrategia de clientes. Pertenece al equipo global de Estrategia y Operaciones.

Especialista en Customer Experience, Shopping Experience, Segmentation Strategies, Loyalty y E-commerce.

En 2008 escribió su primer libro, "El cliente maltratado", publicado por Planeta, con una estupenda crítica. Es autor de más de 300 artículos en medios nacionales e internacionales, así como numerosos artículos sobre las estrategias de crecimiento, marketing y ventas.



## GONZALO YBARRA

Director de Marketing y Comunicación  
GRUPO YBARRA

Más de 12 años de experiencia como Director de Marketing y Comunicación en el mundo del gran consumo alimentario, innovación + desarrollo de productos y gestión del consumidor de marcas como Ybarra, La Masía y Starlux. Impulsor de la transformación digital desde el año 2011, desarrollando una estrategia de contenidos (Branded Content) única por marca que les ha permitido crear un nuevo canal de comunicación bidireccional con el consumidor. Responsable de la comunicación institucional y relación con los medios. Gran experiencia en gestión y desarrollo de unidades de negocio B2B a nivel nacional y europeo en coordinación de proyectos y negociación. MBAE en Administración y Dirección de Empresas en el Instituto Internacional San Telmo.



## ELISABET VALLS

Directora Programa JoBS  
SOGEVISO - BANCO SABADELL

Nacida en Barcelona, ha sido durante 9 años Directora de Marketing Operativo y Publicidad en Banco Sabadell. Actualmente trabaja en SOGEVISO, filial de la entidad dedicada a la gestión de la vivienda social, dirigiendo el programa JoBS de apoyo para la reinserción socio laboral de familias vulnerables.

Estudió Diseño Gráfico en la Escuela Elisava en su ciudad natal pero pronto se dio cuenta de su pasión por la publicidad y el marketing, lo que la llevó a complementar sus estudios en ambas disciplinas en la escuela EADA también en Barcelona. Combinó sus estudios con su primera experiencia profesional en el Estudio de Diseño Francis Closas, pero no fue hasta que empezó en la agencia de publicidad ACP Eloquence cuando tuvo su primer contacto con el mundo del marketing. En los últimos tres años se ha formado también en Coaching, Coaching sistémico y Programación Neurolingüística.

Entre su recorrido profesional, además de su trayectoria en Banco Sabadell, se puede destacar su paso por Editorial Planeta en 1998 como Responsable de campañas de marketing directo; fue Directora del Club de Fidelización en la startup Secretariaplus.com, y su paso como Directora de Marketing entre 2006 y 2007 por lastminute.com.



## IGNACIO PI

Director General  
MEDIAPOST GROUP

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido directivo de las empresas de Logística y Transporte más grandes del mundo, como TNT y UPS. En 1999 crea su empresa de Logística Comercial, Actea. En 2008 fusiona su compañía con las de sus cinco socios y crea junto a Mediapost Francia (empresa de marketing filial del Grupo La Poste), Mediapost Spain, empresa de Marketing Relacional cuyo objetivo es ayudar a las empresas a establecer relaciones duraderas con sus clientes mediante soluciones multicanal para el desarrollo de las campañas de marketing. Desde entonces, es el Responsable Global de la misma.



## ANTONIO GASSÓ NAVARRO

CEO

GAES Centros Auditivos

Antonio Gassó es Consejero Delegado y Director General de GAES Centros Auditivos. Posee una amplia formación empresarial, entre la que destaca un MBA en la Escuela Superior de Marketing y Administración de Barcelona, el Programa de Alta Dirección de Empresas en IESE, el 'Advanced Management Program' en la Harvard Business School en Boston, y en 2012 el 'Leading the Family Business Orchestrating Winning Performance Program' en IMD Business School de Suiza.

La empresa que dirige es hoy líder del sector, y una de las principales cadenas mundiales de distribución de audífonos gracias a su apuesta por la internacionalización y a una política empresarial basada en la satisfacción del cliente y la calidad del producto.

Hoy en día, GAES está presente en ocho países y dispone de una red de 600 centros auditivos en todo el mundo.



## IGNACIO JIMÉNEZ

Director General

IBERINFORM

Licenciado Cum Laude en Administración de Empresas por la Universidad de Seattle (EE.UU.) y Executive MBA por IE Business School. Es un colaborador habitual en cursos y seminarios de temas relacionados con la gestión del riesgo cliente, el Business Intelligence o el Big Data en instituciones como el IE Business School, Esade, la Universidad Europea de Madrid, CESMA, Expansión Conferencias, Walters Kluwer o Global Estrategias, entre otros. Es miembro del Observatorio de Cash Management del IE Business School y profesor en los programas de Big Data y Analytics de la Escuela de Organización Industrial.

Profesionalmente ha estado ligado durante más de 20 años al sector financiero con cargos de responsabilidad en empresas como CESCE o BNP Paribas. En la actualidad, es Gerente de la Comisión de morosidad de ASSET y Director General de Iberinform, una empresa de Crédito y Caución que ofrece soluciones para la identificación, análisis y seguimiento de clientes, proveedores y competidores en España y Portugal.



## BEGOÑA GÓMEZ FERNÁNDEZ

Directora de Negocio para España y Portugal

INMARK

Ha desarrollado su carrera vinculada siempre al Marketing y las Ventas con desarrollos en diferentes canales: presenciales, telemarketing y on line.

Lleva 16 años como Directora de Negocio en la consultora Inmark Europa para España y Portugal, y cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo de proyectos en estrategia de clientes y Business Intelligence con compañías multinacionales de múltiples sectores, y en los últimos años con especial intensidad en estrategias multicanal. Desempeña acciones desde el diseño, con implantación, tutorización y medición de resultados con experiencia cliente, con una metodología propia para el entrenamiento y dinamización de equipos.

Experta en el Tercer Sector en el desarrollo de planes de captación de fondos privados para las principales ONG.

Directora en la UCM del Master en Captación de Fondos para ONL.

Es Licenciada en Marketing, Master MBA y CRM por ESIC. Ponente y profesora en diferentes escuelas de formación. Colaboradora habitual como articulista en medios de comunicación.



## **LUIS GANDIAGA**

**Director General Corporativo  
BEON WORLDWIDE**

Cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector del marketing, la comunicación y la organización de eventos. Ha sido Director de Marketing y Comunicación durante 6 años en el Real Racing Club en 1ª División. A continuación fundó una agencia de comunicación y de turismo, MICE, que se incorporó 10 años después a la estructura de negocio de Eventísimo gracias al entusiasmo, convencimiento y liderazgo de Dario Regattieri, con quien coincidió en la fundación de AEVEA. Ha asumido los cargos de Director General de Relaciones Institucionales y de Desarrollo de Negocio del Grupo, además de poner en marcha bigBite, la agencia de Comunicación, Relaciones Públicas, Marketing y Desarrollo Web.

En la actualidad, Eventísimo forma parte de la división de eventos de un holding empresarial que se posiciona en el mercado nacional e internacional con el nombre de Beon Worldwide. Éste se complementa con una división de publicidad que trabaja bajo la marca Sörensen, una división de comunicación y RRPP con la marca bigBite y, una división de producción que opera bajo el nombre de Many Colors. En este nuevo entorno empresarial, Luis Gandiaga asume el cargo de Director General Corporativo de Beon Worldwide.

## **BORJA VÁZQUEZ**

**Presidente y Socio-Fundador  
SCALPERS**



## **ELENA VIDAL**

**Directora de Comunicación  
D.FRANKLIN**

Elena llega a D.Franklin en 2017 después de haber estado colaborando durante un año con la marca desde su propia agencia de comunicación. Alicantina de nacimiento y de corazón, siempre ha defendido y apostado por el talento de su ciudad. El proyecto de la marca le sedujo, dejando su empresa por involucrarse a tiempo completo con la familia D.Franklin.

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y en Investigación y Técnicas de Mercado y especializada en Comunicación de moda por la revista ELLE, desarrolló su carrera profesional en el departamento de comunicación de medios de comunicación de moda y empresas de calzado alicantinas, pasando por la firma de cosmética de lujo Natura Bissé y desarrollo E-commerce en Grupo Cortefiel (Women'secret, Springfield, Cortefiel y Pedro del Hierro). A los 25 años decidió emprender y crear su propia agencia de comunicación especializada en firmas de moda alicantinas o con producción en la provincia. Actualmente, Elena colabora también con diversos medios de comunicación, escribiendo semanalmente la columna de moda para el diario El Mundo.

El objetivo de la alicantina es que D.Franklin continúe expandiéndose y siga superándose cada año en reconocimiento de marca, facturación y presencia off y online.



## JAVIER SALA

Director  
PENTEIO

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones con más de 15 años de experiencia en el mercado TI.

Instructor para el programa de formación en Analytics dirigido a Directores y Socios de la firma en EMEA.

Amplia experiencia en proyectos de Business Intelligence; EPM Consolidación y Presupuestación, Business Analytics, Cuadros de Mando, Big Data, BSC, Modelos de Comportamiento, Inteligencia Analítica, Soluciones de BPM.

Especialidades: Business Intelligence, EPM, Business Analytics y Outsourcing.



## GERARDO MARIÑAS

CEO  
GROUP M

Gerardo Mariñas es, desde 2015, CEO de GroupM España, la cabecera de agencias de medios de WPP en España. Ya pertenecía al grupo en calidad de CEO de MediaCom España, agencia de medios integrada en GroupM.

Cuenta con más de 20 años de experiencia internacional en agencias multinacionales de medios y en compañías globales de productos de consumo. En ellas se ha encargado de la gestión directa de equipos multidisciplinares, de las cuentas de resultados y de la coordinación de actividades comerciales en más de 20 países, incluyendo Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania, España, Portugal y Europa del Este.

En el grupo Havas Advertising Group - Media Planning Group ha ejercido como CEO en Havas Media Portugal, como Director General Comercial en Havas Media España y como Country Manager/CEO Media Planning Group Canadá. Previamente fue coordinador internacional en Madrid, International Customer Business Development Coordinator y Director Marketing Services.

En el lado del anunciante internacional, ha trabajado en compañías como Pepsi Cola, Credit Bank España, Elida Gibbs (Unilever) en España; Beiersdorf A.G. en Hamburgo y Unión Explosivos Río Tinto en Italia.



## ALFONSO CALATRAVA

Marketing Science Lead  
FACEBOOK

Alfonso Calatrava es Marketing Science Regional Lead en Facebook en España y Portugal. Es responsable de proyectos de medición de eficacia publicitaria con un fuerte foco en el trabajo conjunto con el sector para mejorar los estándares de medición para medios digitales. Con más de 12 años de experiencia en investigación y análisis, Alfonso ha trabajado anteriormente en compañías tecnológicas líderes como Google y Twitter.



## **BLANCA STORCH**

**Consumer & Market Insight Coordinator  
HEINEKEN**

Profesional con más de 15 años de experiencia en la industria de Gran Consumo en distintas áreas y una amplia trayectoria internacional: Marketing, Ventas, Consumer y Shopper Insights, Gestión por categorías, y Trade marketing, siempre en grandes marcas, todas ellas líderes en sus categorías. Sólida experiencia en Insights y Estrategia después de haber pasado 10 años en Kraft Foods/Mondelez, en cargos de creciente responsabilidad y, en última instancia, liderando la función CI para dos categorías en Iberia y Benelux.



## **ADOLFO FERNÁNDEZ**

**Head of Client Services  
MEDIACOM**

En la actualidad es Director de Desarrollo de Nuevo Negocio de MediaCom España, agencia a la que entró como Director de Servicios al Cliente en 2015. Cuenta con más de 15 años de experiencia en el campo de la investigación de mercado y estrategias de marca.

Adolfo Fernández lideraba en Millward Brown Iberia un equipo multidisciplinar especializado en Brand Positioning, Brand Valuation y Eficacia Comunicación en el entorno Digital que trabajaba para marcas como Kraft, Mahou San Miguel, Philip Morris, Banco Santander, McDonalds, BBVA, etc.

En Millward Brown también fue responsable de la difusión y formación del estudio BrandZ, creado por la compañía para las agencias y clientes de WPP y que analiza cada año miles de marcas en más de 30 países y 30 categorías.

Fernández es licenciado en Administración y Dirección de Empresas y graduado en Gestión Comercial y Marketing. Ha sido jurado en los Premios Eficacia 2013 y cuenta con varios reconocimientos como Premios a la Mejor Ponencia en las jornadas AEPE 2013 y 2014, y el Seminario Aneimo TV en 2010. También ejerce como docente en distintas instituciones.



## **JAVIER ELLENA**

**Presidente y General Manager España  
LILLY**

Actualmente, Javier Ellena es Presidente de Lilly España, Portugal y Grecia, cargo que ocupa desde 2012. Antes, Javier ha sido Vicepresidente para Europe Middle Size (2009-2012), Presidente de Lilly España (2001-2009), Director General de la compañía (1996-2001), Director de Operaciones de Fábricas (1991-1996). Entre 1977 y 1991 ha ocupado diferentes puestos de Marketing y Ventas.

En estos momentos, es también Vicepresidente de Farmaindustria y LAWG (Local American Work Group).



## **SANTIAGO ALFONSO**

Director de Marketing  
GRUPO COSENTINO



## **MÓNICA DEZA**

Global CEO  
BENDIT-THINKING

Global CEO de la firma de Innovación y Marketing Estratégico Bendit-Thinking. Consejera independiente de AXA. Miembro del Consejo Asesor del Instituto Superior de Negociación y miembro del Senior Advisor Board de Ipssoft EMEA. Previamente ocupó las posiciones de Presidente del grupo Mediabrands y Vicepresidente de Innovación para España y Portugal del Grupo McCann. Patrono de la Fundación Promete. Diplomada en Buen Gobierno para Consejeros Profesionales por ICGN. Master en Dirección General por el IESE. Master en Marketing Management por UCLA. Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense.

## **FRANK LANSINK**

CEO de EMEA  
IPSOFT

## COMITÉ ASESOR



### JUAN CARLOS ALCAIDE

Fundador  
MDS

Es uno de los consultores españoles con más experiencia en Marketing, Fidelización, Experiencia de Cliente y Retención. Se formó en Sociología, y tiene diversos postgrados en Marketing, Recursos Humanos y Management.

Es fundador de la consultora Mds y profesor de escuelas de negocio. Tiene una visión humanística y tecnológica del Marketing. En sus proyectos apuesta por la Computación Cognitiva y la Inteligencia Artificial como aliadas para optimizar la relación con el cliente de manera cercana y cálida. Es autor de 10 libros y colaborador en medios especializados, económicos y generalistas.



### ADA BERNAL

Directora de RRII en Andalucía  
HEINEKEN

Nació en Sevilla, en 1967.

Licenciada en Geografía e Historia por la Universidad de Sevilla. Miembro del Comité de Embajadores de Foro Marketing Sevilla.

Profesional de la comunicación con más de 20 años de experiencia en Marketing, patrocinios deportivos, musicales y culturales, Brand PR, Comunicación Corporativa y al servicio del Negocio, Relaciones Institucionales, Relaciones Públicas, Diseño, Creación y Gestión de eventos, Relaciones con Medios de Comunicación y Planificación y Contratación de Medios y Comunicación de crisis.

Desde marzo de 2015 es Directora Regional de Relaciones Institucionales para Andalucía en el equipo de Relaciones Corporativas de HEINEKEN España.



### DAVID CORAL

Presidente y CEO  
BBDO

David Coral es Presidente y CEO de BBDO&Proximity Iberia, que cuenta con más de 450 profesionales en sus 9 agencias: Contrapunto BBDO Madrid y Barcelona, Tiempo BBDO, Proximity Madrid y Barcelona, DEC, Neuronics, así como BBDO y Proximity Lisboa.

Es Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB y cursó el PDG en IESE.

Con anterioridad ha trabajado para agencias como Delvico Bates Barcelona, Tapsa NW/Ayer y Prat & Domènech.

El Grupo que preside David Coral es uno de los más galardonados de España y Portugal, y forma parte de BBDO Worldwide, que también ha liderado en más ocasiones que ninguna otra red los rankings en los principales festivales de creatividad y eficacia de los últimos 10 años.

### IGNACIO DE LA VEGA

Director en Andalucía  
ESIC

### SALVADOR DIÁNEZ

Product Manager y Responsable de  
Publicidad



## EBRO FOODS

Más de 14 años de experiencia. Inicialmente como Director de Arte en agencias de publicidad en Madrid, llevando a cabo estrategia de marca y comunicación, diseño corporativo y publicitario de empresas de gran consumo de diversos sectores como: alimentación, automoción y retail.

Desde 2008 trabajando en Herba Ricemills (Ebro Foods), como Responsable de Publicidad gestionando las estrategias de comunicación y como Product Manager de la marca Brillante.

Profesor en ESIC de Marketing Promocional.

Master Dirección Marketing y Gestión Comercial, ESIC, 2008-2009.

Licenciatura en Publicidad y RRPP, 1997-2001.



## PILAR DOMINGO

Directora General

### BRAND UNION

Consultora de Branding del Grupo WPP en España, ha liderado el lanzamiento, desarrollo y crecimiento de Brand Union desde su establecimiento en España en 2003, tras su paso por McCann Erickson y JWT como Directora de Grupo de Cuentas. Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, ha desarrollado la totalidad de su carrera profesional en las áreas de comunicación, publicidad y gestión de marcas dentro de los Grupos Interpublic y WPP. Cuenta con experiencia en liderar equipos y proyectos integrales de branding y comunicación para clientes locales e internacionales de sectores clave de la economía española. Colabora de forma continua en programas de postgrado en la Universidad Complutense de Madrid.



## ANTONIO IBÁÑEZ

Socio

### DELOITTE

Antonio cuenta con más de 20 años de experiencia en consultoría y gestión. Inició su carrera profesional en Procter&Gamble, posteriormente como Associate Principal y líder de la práctica europea de bienes de consumo y distribución en McKinsey&Company. Ha desempeñado durante 9 años la función de Director General en compañías catalanas con claro enfoque comercial, y ha gestionado equipos comerciales de más de 500 personas.

Antonio es experto en marketing y aspectos comerciales en distribución y consumo, y en digital. Lidera en la actualidad Daemon Quest y Deloitte Digital en Cataluña, Andorra, Aragón y Baleares.

Los principales clientes con los que ha colaborado son DKV, FC Barcelona, Mango, Puig, Fira de Barcelona, Casa Ametller, Covalco, Saba, Universitat Oberta de Catalunya.



## CONRAD LLORENS

Socio Fundador y Presidente

### SUMMA

Con una trayectoria de casi 30 años en el ámbito de la comunicación y la consultoría de marcas, Conrad es profesor invitado en el MBA de ESADE. Y ponente habitual en esta temática, sobre la que escribe también en prensa económica y especializada.

Socio Fundador y Presidente de SUMMA, consultora pionera en la creación y gestión de marcas que ha sido

premiada en los certámenes de Branding internacionales más importantes del mundo, y la única consultora de marca que ha sido reconocida con el Premio Nacional de Diseño por su trayectoria caracterizada por la calidad y la innovación.

Conrad es desde 2013 Presidente de la Asociación Española de Empresas de Branding (AEBRAND).



## JAIME MARTÍN

CEO

LANTERN

Socio Director de Lantern, consultora de innovación centrada en las personas, y especializada en la creación y diseño de productos, servicios y nuevos modelos de negocio. Entre sus clientes figuran firmas líderes como 'la Caixa', Repsol, Alsa o Central Lechera Asturiana. Anteriormente, dirigió Millward Brown Optimor Iberia, y fue uno de los Fundadores y Responsable del área de Estrategia de Interbrand Madrid. Comenzó su carrera en banca de inversión en EEUU, para luego trabajar como Analista Senior del grupo de capital riesgo de Bank of America. Licenciado en Economía y Finanzas por Saint Louis University, cuenta con un MBA en UCLA-Anderson School of Management.



## BEATRIZ NAVARRO

Directora de Marketing y Comunicación  
FNAC

Nombrada la Mejor Profesional de Marketing 2016 en los Premios Nacionales de Marketing de la Asociación de Marketing de España, fue nombrada una de las 10 mejores Directivas de España dentro del ranking de las Top 100 mujeres líderes dos años consecutivos: 2013 y 2014. Una de las 40 mejores profesionales de Retail 2014 por Distribución Actualidad Retail, y una de las 100 mujeres con talento directivo 2013 by Wellcomm.

Casada y con 3 hijos, Beatriz Navarro, es Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa y PDD del IESE.

Ha sido Jefa de Patrocinio del Campeonato del Mundo de Rallies en Repsol S.A, Directora de Marketing y Comunicación de Springfield, Directora del Área de Ventas de Unicef, Directora de Marketing y Comunicación de Starbucks para España y Portugal, y actualmente ocupa el puesto de Directora de Marketing y Comunicación de Fnac.



## ÁNGEL PIÑA

Director Comercial y Marketing

GRUPO EMPERADOR SPAIN

Director Comercial y de Marketing de Grupo Emperador España. Con anterioridad ha sido Director para el mercado de Iberia de la División de marcas de lujo de la multinacional Diageo. Economista, Executive MBA por el Instituto de Empresa, Dibexen, el ISDI y más de 20 años de experiencia profesional en los sectores de lujo, belleza y FMCG, habiendo trabajado en posiciones de Dirección Comercial y Marketing en compañías como Estee Lauder, La Prairie Group y ghd.



## JOSÉ RUIZ PARDO

Director en Andalucía  
ESIC

Fundador y Director de Proyectos de Goli Neuromarketing, empresa pionera en España en la investigación en Neuromarketing y en el estudio del comportamiento del consumidor a través de la Neurociencia Aplicada.

Dirige proyectos de investigación sobre nuevas aplicaciones del Neuromarketing y de desarrollo de herramientas de base tecnológica para esas nuevas aplicaciones. Es experto en conductas de consumo y marketing estratégico.

Autor de "Neuropymes" (Pirámide, Grupo Anaya, 2013) y "El cliente no siempre tiene la razón".

Informático, Psicólogo, Master en Marketing y Dirección Comercial por ESIC, experto en Dirección y Administración de empresas por ESESA y en empresas innovadoras y estrategias de internacionalización por la UMA.



## JUAN CARLOS SÁNCHEZ

Director de Marketing y Comunicación  
ÁNGEL CAMACHO

Juan Carlos es desde hace 5 años Director de Marketing y Comunicación de Ángel Camacho, multinacional andaluza del sector de la alimentación con una facturación superior a los 200 millones de euros. Ángel Camacho es un fabricante de productos alimentarios que comercializa sus productos en más de 90 países. Es también una empresa internacionalizada con filiales en Estados Unidos, Reino Unido y Polonia. Cuenta con marcas de reconocido prestigio como aceitunas Fragata, mermeladas La Vieja Fábrica e infusiones Susarón.

Con más de 20 años de trayectoria profesional, Juan Carlos ha estado siempre vinculado al mundo de la alimentación, trabajando en empresa familiar, multinacional y capital riesgo. Gran parte de su carrera profesional la ha pasado en el lado del distribuidor ocupando diferentes puestos de responsabilidad, siempre vinculados al marketing, la publicidad y la comunicación, en la cadena de supermercados Supersol.

Es Licenciado en Ciencias de la Información (Marketing y Relaciones Públicas) por la UAB; MBA Executive por ESIC y Programa superior de Marketing en Empresas Distribuidoras por ESADE.



## ROCIO TORNAY

Presidenta

FORO MARKETING SEVILLA

Licenciada en Administración de Empresas, Universidad de Derby (Reino Unido); Master en Dirección Estratégica y Negocios Internacionales, Universidad de Sevilla; Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial; Programa Superior Europeo en Marketing Digital, ESIC Business & Marketing School. Ha desarrollado su carrera profesional en distintas multinacionales, ocupando puestos de responsabilidad dentro del sector del marketing. Actualmente dirige su propia empresa de marketing estratégico, y es parte del claustro de profesores de ESIC Business & Marketing School.

# apd

APD (C/ Montalbán, 3. 28014 Madrid)

[www.apd.es](http://www.apd.es)

Información: 91 523 79 00