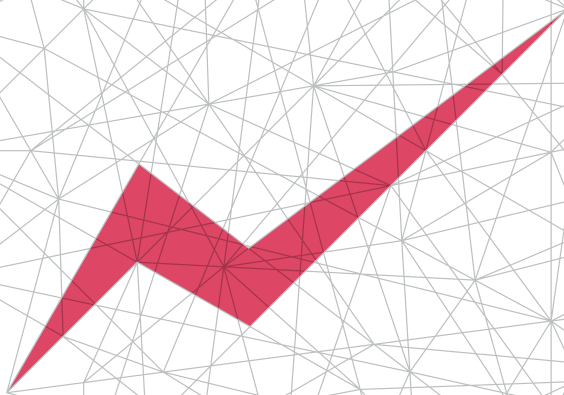


PALACIO DE CONGRESOS
BARCELONA, 18 DE MARZO DE 2014

1 CONGRESO NACIONAL MARKETING Y VENTAS

RENOVARSE
PARA
VENDER



apd

1 CONGRESO NACIONAL MARKETING Y VENTAS RENOVARSE PARA VENDER

PATROCINA

axis
CORPORATE

Deloitte.

LLORENTE & CUENCA
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN


F. Iniciativas
FINANCIACIÓN EN I+D+i




MEDIAPOST Group
The Experts in Customer Relationship Tools


Reparalia

sage


vodafone

COLABORA

am
Asociación de Marketing

AVALNet



BCD
Barcelona Centre de Business

ccib
Camera di Commercio
Horta - Barcelona

cecot

Club Marketing Barcelona


Club Marketing Mediterráneo

ESADEALUMNI

BUSINESS MARKETING SCHOOL
ESIC

Foment
del Turisme de Catalunya

MARK
ASOCIACIÓN DE MARKETING DE ESPAÑA

Saeco

apd



Desde hace unos años, las empresas han replanteado su estrategia, situando al cliente en el centro de la misma. La crisis que comenzó recién pasado el ecuador del pasado decenio, ha acentuado este fenómeno, lo que ha generado un importante cambio en modelo de gestión de las funciones de Marketing y Ventas.

Probablemente, el cliente ha dejado de comprar de forma tan compulsiva como hasta hace unos años, pasando a dejarse seducir por las marcas, por los productos, buscando que el uso de un producto o servicio suponga una experiencia por la que merezca la pena hacer un desembolso.

Al cliente ya no se le busca tanto en la televisión o en los medios escritos. El micro marketing toma el mando, obligando a los responsables del mismo a buscar un nuevo modelo de gestión, abriendo nuevos nichos de mercado, apostando por la innovación para crear nuevos canales y nuevos productos y servicios, analizando nuevos mercados, utilizando las nuevas tecnologías... ya no consiste sólo en gestionar un presupuesto (cada vez más escaso) de publicidad, sino que toma el mando la realización de nuevos proyectos, para los que el análisis coste beneficio es un elemento fundamental para su aprobación.

Este primer Congreso, en el que ponemos también en el centro al Cliente, al que hay que llegar no sólo para seducir, si no que hay que venderle y retenerle después, quiere revisar los nuevos modelos de gestión del Marketing y de las Ventas. Una función única, dos funciones, o funciones más transversales... El modelo no es uniforme. Lo que pretendemos en el Congreso es, a través de mejores prácticas, resaltar los cambios que el nuevo modelo exige a las empresas para vender más. En definitiva: **Renovarse para Vender**. Este es el objetivo final del Congreso.

El Congreso debatirá sobre como el responsable de Marketing y de Ventas tiene que transformar su manera de trabajar como consecuencia de los citados nuevos modelos. Queremos que los propios responsables reflexionen sobre el camino que deben seguir, su integración en la estrategia y el negocio de la compañía, su papel en el comité de dirección.

En el primer Congreso, nuestro objetivo es ofrecer alguna luz sobre cual está siendo el papel de dichos responsables frente al cliente. A la vista de lo que ya está ocurriendo, en base a experiencias prácticas.

9.30 h. INAUGURACIÓN
ENRIQUE SÁNCHEZ DE LEÓN
Director General
APD

9.40 h.
EL CLIENTE EN EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

La estrategia de la empresa se centra en el Cliente como principal objetivo. Conocerle, seducirle, atraerle, retenerle, debe ser sobre lo que gire la actividad de la empresa. Toda la organización debe estar volcada en ello.

HELENA HERRERO
Presidente
HP

10.10 h.
HACIA UN NUEVO PERFIL DEL RESPONSABLE DE MARKETING Y VENTAS

¿Qué necesitan las empresas de sus responsables de Marketing y Ventas? ¿Cuáles deben ser sus habilidades? ¿Qué conocimientos y experiencia deben tener? ¿Se están preparando también las empresas, han empezado ya a buscar el nuevo perfil?

LUIS CONDE
Presidente
SEELIGER Y CONDE

10.30 h. MESA 1
EL CLIENTE COMO EJE PARA LA TRANSFORMACIÓN

Desde hace algún tiempo, las empresas han centrado su estrategia en conocer al cliente, en ofrecerle lo que necesita, lejos de aquellos tiempos en los que la estrategia consistía en generarles una necesidad. El cliente decide lo que desea, quiere vivir experiencias, y distinguirá los productos más por esto que por el precio. Muchas empresas lo han entendido ya y han establecido como eje estratégico conocer al cliente y ofrecerle lo que desea, diferenciándose de los competidores y diferenciando al cliente del resto de clientes.

Modera:
ANDRÉS VICENTE
Director General de la Unidad de
Negocio de Empresas
VODAFONE

Ponentes:
SANTIAGO SOLANAS
CEO
SAGE España

H STEPHEN PHILLIPS
CEO
REPARALIA

SERGIO ELIZALDE
Director General
HERO España

11:30 h. PAUSA CAFÉ

11:50 h. MESA 2

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: CUSTOMER,
BRAND Y SHOPPING EXPERIENCE

El cliente quiere vivir experiencias. No hablamos de comprar, si no de disfrutar de la experiencia. Y no sólo del producto. Algunas empresas han entendido que esa experiencia reside tanto en el uso del producto o servicio, como en el proceso de decisión y compra, así como en la “pertenencia” a la marca que representa sus valores y sus aspiraciones.

Modera:
ANTONIO IBAÑEZ
Director
Daemon Quest by Deloitte

Ponentes:
JAVIER PARDO
Director Comercial
NH

JAUME ALEMANY
Director de Marketing
DAMM

JORGE MARTÍNEZ-ARROYO
Brand Customer Experience Manager
SANTANDER

12:50 h. MESA 3

CLIENTE Y COMPETITIVIDAD

Qué ofrece la empresa al cliente. Cuál es su propuesta de Valor para el cliente. Innovación, Precio y Producto. Tres facetas en las que la

empresa está avanzando para conseguir convencer al cliente, para conquistarlo y retenerlo. Algunas empresas han avanzado considerablemente en alguna o todas estas facetas, planteando iniciativas que les han permitido crecer incluso en los momentos más difíciles de la economía.

Modera:

MARCOS URARTE

Presidente

PHAROS

LA FÓRMULA DE LA COMPETITIVIDAD

MARCOS URARTE

Presidente

PHAROS

PROPUESTA DE VALOR: INNOVACIÓN

EDUARDO BELTRÁN

Director de Innovación y Tecnología

GRUPO MONDRAGÓN

PROPUESTA DE VALOR: PRECIO

MAITE RAMOS

General Manager Iberia. Consumer Business

LENOVO

PROPUESTA DE VALOR: PRODUCTO

SANTIAGO ALFONSO

Director de Comunicación y Marketing

COSENTINO

14:10 h.

NEUROCIENCIA, COMUNICACIÓN Y CONSUMIDOR

Cada vez más, se están utilizando herramientas de medición de la actividad cerebral para conocer la respuesta de la persona ante los estímulos de productos y servicios. Conocer qué es lo que realmente quiere el consumidor es ahora más fácil gracias a la Neurociencia. Saber si va a gustar un anuncio, o si un producto está bien situado en un lineal, o el efecto que provoca la ingestión de un alimento, es posible.

MÓNICA DEZA

Presidente

AINACE

14:30 h. ALMUERZO COLOQUIO

16:30 h. MESA 4

LA NUEVA SITUACIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN: REFORMA O CREACIÓN

Modera:

EDUARD PRATS COT

Director General

ESIC Catalunya

Ponentes:

IGNACIO PI

Responsable Global

MEDIAPOST GROUP

CRISTÓBAL COLÓN

Presidente

LA FAGEDA

ÁNGEL PIÑA

Director Comercial

GHD

JOAQUÍN SANDOVAL

Director TIC

GERMAINE DE CAPUCCINI

18:10 h.

CÓMO VENDER DE FORMA SENCILLA

No basta con tener un buen producto, innovador, con un precio adecuado, con un servicio excelente, al final, hay que saber venderlo. La sencillez también puede ser una estrategia tanto para crear como para vender.

Modera:

LEO FARACHE

Director General

Asociación de Agencias de Medios

Ponente:

JOAQUÍN LORENTE

Publicista y Escritor

18:30 h. CIERRE Y AFTERWORK

FICHA TÉCNICA

1 CONGRESO NACIONAL MARKETING Y VENTAS

Fecha: **18 de marzo de 2014**

Lugar: PALAU DE CONGRESOS DE CATALUNYA
Av. Diagonal, 661-671
08028 Barcelona, Cataluña (España)

Horario: **9.30 h. a 18.30 h.**

Almuerzo: **14.30 h.**

Teléfonos de información: **93 440 76 05 / 91 523 79 00**

INVITACIÓN JORNADA



· **Inscripción a la jornada**
en **www.apd.es** con el código de invitación **5520874519**

· Precio Almuerzo: **50 €** por persona (I.V.A. incluido).

Cuotas de inscripción

- Los Socios Protectores de APD podrán disponer de cuántas plazas precisen para la Jornada, sin abonar cuota alguna.
- Los Socios Globales de APD podrán enviar 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 **800 €** (I.V.A. incluido).

**Jornada
Renovarse para Vender
Barcelona, 18 de marzo de 2014**

**Inscripciones:
www.apd.es
93 440 76 05
91 523 79 00**

Forma de pago

El pago de las cuotas se hará efectivo antes de iniciarse el acto por medio de los siguientes procedimientos:

- En efectivo en las oficinas de APD
- Cheque nominativo
- Transferencia a favor de APD:
Banco Santander: c/c 0049-1182-37-2110033641

Los gastos de formación de personal tienen la consideración de gastos deducibles para la determinación del rendimiento de las actividades económicas, tanto en el Impuesto sobre Sociedades como en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Aquellos gastos e inversiones destinados a habitar a los empleados en la utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información dan derecho a practicar una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos en el porcentaje previsto legalmente.

Si no pudiera asistir a este acto, le rogamos haga llegar esta información a otra persona a quien Ud. estime que pueda serle de utilidad. Si recibiera más de un programa de esta convocatoria, le rogamos lo comunique a nuestro departamento de base de datos, e-mail: basededatos@apd.es

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. Licenciado en Derecho por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid. Su experiencia profesional desde 1986 hasta enero de 1998 se desarrolla en las siguientes entidades: Consultor en METRA-SEIS ECONOMÍA; Fundación Universidad-Empresa, IBM y Banco de Santander; Técnico de planificación y control en el Banco de Progreso (Grupo March); Adjunto a la Dirección de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD); Director General Adjunto de APD. Desde enero de 1998 asume la Dirección General de APD. Asimismo ostenta los siguientes cargos: Patrono de la Fundación Madri+d para el Conocimiento; miembro de la Junta Directiva del Instituto de Consejeros y Directivos; Presidente del Comité de Desarrollo Profesional del Instituto de Consejeros y Directivos; y miembro del Consejo Asesor de Merco.



HELENA HERRERO

Presidente

HP

Presidente de HP para España y Portugal, puesto que compagina con el de Directora General de la nueva área de Impresión y Sistemas Personales (PPS). Participa activamente en destacados foros empresariales, institucionales y culturales. Es patrono y preside la Fundación I+E Innovación España. Es vocal de la Junta de Gobierno de la American Chamber of Commerce; miembro de la Junta Directiva del American Business Council; miembro del Consejo de Acción Empresarial de CEOE; y socio protector de APD. Es patrono de FUNDETEC, de la que fue presidenta en 2010 y 2011. Forma parte del Patronato de Junior Achievement; es socia de Empezar por Educar; patrono del Teatro Real; y representa a HP en diversos foros de liderazgo por parte de mujeres.



LUIS CONDE

Presidente

SEELIGER Y CONDE

Luis Conde es Presidente de Seeliger y Conde, que fundó en 1990. Está especializado en procesos de sucesión de grandes corporaciones. Ha sido Presidente de Amrop de 2003 a 2006 y actualmente preside el Advisory Board de Amrop. Luis inició su carrera profesional como Director de la división internacional y banca corporativa del Banco Mas-Sardá en Barcelona. Posteriormente fue miembro del Consejo de Administración y Vicepresidente Ejecutivo del Banco Consolidado de Venezuela, además de Presidente del Consolidado International Bank de Nueva York. Actualmente preside el Salón Náutico Internacional de Barcelona y es consejero del Banco de Inversiones Lazard, de Grupo Godó, miembro del Consejo Asesor de Altair y miembro del Consejo de Administración de Fira de Barcelona. Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona.



ANDRÉS VICENTE

Director General de la Unidad de
Negocio de Empresas
VODAFONE

Andrés Vicente, madrileño, de 42 años de edad, es licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y MBA Internacional por la Manchester Business School y la Escuela de Organización Industrial (EOI).

Llega al cargo de Director General de Vodafone España tras desempeñar durante dos años el mismo rol en la filial de Rumanía. Anteriormente ocupó para España los puestos de Director Territorial para Andalucía y Extremadura, Director de Marketing y Director de Ventas. Asimismo, ha sido Director Comercial y Socio Fundador de Quantum GAP. Durante su etapa en Rumanía, consolidó el liderazgo de Vodafone Empresas en el mercado rumano en todas las dimensiones de negocio (cuota de mercado, marca y satisfacción de clientes). Actualmente forma parte del Comité Ejecutivo de la filial en España.



SANTIAGO SOLANAS

CEO
SAGE España

CEO de Sage en España desde 2011, responsable del negocio en Portugal y del segmento de Accountants en Europa, liderando el despliegue de la marca a nivel europeo. Se unió a Sage en 2007 como Director General de la División de Pymes y autónomos y formación tras más de quince años en el sector IT, incluyendo cargos directivos en Oracle, Microsoft e IBM. Durante estos años desempeñó distintos puestos supervisando el negocio en diferentes países incluyendo España y Portugal a través de varios segmentos del mercado. Trabajó cuatro años en 2 startups de Internet, financiadas por Banco Santander y Telefónica. También en EDS y Procter & Gamble. Ingeniero Superior de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid y titulado en el Advanced Management Program de Harvard Business School. Profesor en la Escuela de Organización Industrial (EOI) y conferenciante en temas de marketing y management en varias universidades y programas MBA, como la Universidad Autónoma de Madrid o el Instituto de Empresa.



H STEPHEN PHILLIPS

CEO
REPARALIA

Consejero Delegado de Reparalia, filial española del grupo británico HomeServe plc. Licenciado en Ciencias Políticas Internacionales, MBA y master en Administración y Gestión Internacional por Thunderbird - American Graduate School of International Management y Mediador de Seguros título A. Nacido en Nueva York, comenzó su carrera ocupando, durante doce años, cargos de responsabilidad relacionados con el desarrollo de nuevos negocios, ventas, marketing directo y relaciones estratégicas en EEUU, México, Colombia, Chile y Argentina. Posteriormente se incorporó al grupo HomeServe, en el que trabajó como vicepresidente de HomeServe USA Corp, filial del grupo en los Estados Unidos, así como en las oficinas de la matriz en Walsall, Reino Unido. En 2005 abrió la filial española y en 2007 el Grupo HomeServe adquiere Reparalia, pasando a ser Consejero Delegado de esta.



SERGIO ELIZALDE

Director General

HERO España

Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona. Licenciado y MBA, ESADE, Business School en Barcelona. Estudios de Filología alemana y fluidez en seis idiomas. Quince años de experiencia y trayectoria en posiciones directivas en empresas de gran consumo como Grupo Puig, Reckitt Benckiser HQs, Sara Lee Corp. o PepsiCo Foods International.

En 2010 se incorpora como Director de Marketing de Hero España y en julio de 2011 es nombrado Director General de Hero España y Portugal.



ANTONIO IBÁÑEZ

Director

Daemon Quest by Deloitte

Antonio Ibáñez es Director de Daemon Quest by Deloitte responsable de Cataluña, Aragón, Baleares y Andorra. Antonio es Ingeniero Industrial por la Universidad de Zaragoza y AMP por IESE. A lo largo de sus diecinueve años de experiencia profesional, ha trabajado en Procter & Gamble como Director de Operaciones, en McKinsey & Company como Associate Principal, en Riegos Iberia Regaber como Director General y en Fluidra España y Portugal como Director General.



JAVIER PARDO

Director Comercial

NH

Desde su posición en NH Hoteles se responsabiliza de gestionar los ingresos de los 169 hoteles con los que cuenta la compañía en esta zona y mantenimiento de un control directo sobre la red comercial, la distribución, el departamento de revenue management y el de marketing.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela Internacional de Negocios de Zaragoza, cuenta con un MBA y tiene un extenso bagaje en el campo docente, donde ha impartido diferentes másteres relacionados con el turismo en centros como la Universidad de Sevilla o la Escuela de Hostelería. Se caracteriza por una marcada vocación de liderazgo, una dilatada experiencia en el sector hotelero y una sólida formación.



JAUME ALEMANY

Director de Marketing

DAMM

Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Trabajó nueve años en marketing, cuatro de ellos en SARA LEE y cinco en CERVEZAS DAMM. En 2005 se hace cargo de la Dirección de Marketing y Comunicación de GRUPO DAMM. En estos ocho años al frente del Departamento de Marketing de DAMM ha liderado el desarrollo del concepto *Mediterráneamente* para Estrella Damm convirtiendo las campañas de publicidad de esta marca en una de las más esperadas del año. Ello ha convertido estas campañas en el contenido más viralizado de España y ha convertido la marca en un referente en las redes sociales. Desde hace cuatro años, es también el responsable de Exportación de DAMM. En este periodo se ha relanzado la marca con éxito en 43 países.



JORGE MARTÍNEZ-ARROYO

Brand Customer Experience Manager
SANTANDER

Responsable de Experiencia de Marca de Clientes del Grupo Santander donde también ha desempeñado otras funciones como Director de Canales de Santander España o Director de la Unidad de Productos. Previo a su incorporación al Banco Santander, fue Engagement Manager en McKinsey & Company y Consultor Senior de servicios financieros de Accenture. Colabora como profesor en ESIC Business School y ponente habitual en los principales congresos internacionales sobre cliente y experiencia de clientes: ESADE, UIMP (Universidad Internacional Menéndez Pelayo), EFMA (European Financial and Marketing Association), Peppers&Rogers, o Allan Lloyds, entre otros.



MARCOS URARTE

Presidente
PHAROS

Ingeniero Industrial. Programa Dirección (IESE). Diplomado en Control de Gestión (ESADE). Profesor de Escuelas de Negocio y Universidades de España y Latinoamérica. Colaborador del *International Center for Leadership Development* del (CESEDEN), de la Escuela Superior de las Fuerzas Armadas (ESFAS) y del Instituto Universitario de Investigación sobre Seguridad Interior. Co-autor de los libros *Forjadores de Líderes*, *En clave de talento*, *Patologías de las Organizaciones*, *Liderazgo humanista y de servicio*, *El Management del siglo XXI*. Conferenciante en numerosos congresos. Miembro del Club de Roma, Instituto Elcano y del TopTen Management Spain.



EDUARDO BELTRÁN

Director de Innovación y Tecnología
GRUPO MONDRAGÓN

Licenciado en Ciencias Físicas, especialidad en electrónica y control por la Universidad de País Vasco y Master en Electrónica y Control. Comienza su carrera profesional en General Electric como ingeniero y ocupará diferentes cargos en empresas como Robotiker, Copreci y Koniker, en esta última compañía desempeña el cargo de Director General durante más de nueve años. Desde 2011 es Director de Innovación y Tecnología de la Corporación MONDRAGON.



MAITE RAMOS

General Manager Iberia. Consumer Business
LENOVO

Con más de quince años de experiencia y con una formación académica de MBA por el IESE Business School, se incorporó a Lenovo en 2011, dando impulso a la visión de una compañía dedicada a la fabricación y comercialización de productos tecnológicos de alta calidad. Anteriormente fue nombrada Directora General de MEDION Iberia en 2003, y durante ocho años se centró en apoyar con su gestión el desarrollo e implementación de una compañía que en pocos años se posicionó como líder del sector. En 2011, la nombran Directora General de Consumo para Lenovo Iberia, encabezando una nueva etapa estratégica de la compañía: Crear una nueva tecnología para el usuario, ofrecer un producto nuevo y crear un nuevo mercado.



SANTIAGO ALFONSO

Director de Comunicación y Marketing COSENTINO

Director de Marketing y Comunicación de Grupo Cosentino, empresa para la que trabaja desde 1990, habiendo desempeñado anteriormente las funciones de Director Comercial y Director de Exportaciones durante varios años. Licenciado en Derecho por la Universidad de Granada. Master en Alta Dirección de Empresas (AD1) por el Instituto San Telmo. Cursó estudios de administración de empresas en la European University de Bruselas.

Imparte seminarios y conferencias sobre marketing e internacionalización de empresas en las Universidades de Almería, Valencia y Deusto (San Sebastián). Ponente en *Hoy es Marketing* de Sevilla en 2010.

Diseñó la estrategia del lanzamiento de la marca de Silestone® by Cosentino en 1990. Representa a Grupo Cosentino en el Foro de Marcas Renombradas Españolas.



MÓNICA DEZA

Presidente AINACE

Vicepresidente de Innovación de McCann Worldgroup, Presidente de AINACE (Asoc. Iberoamericana de Neurociencia Aplicada a la Comunicación y la Economía) y Consejera de APD. Nombrada una de las Top 100 Mujeres Líderes en España (categoría Innovación y Directiva) durante dos años consecutivos. Es autora de varios libros y colaboradora habitual de diversos medios de comunicación. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, Master en Dirección General por el IESE, Master en Marketing Communication (UCLA, Los Ángeles) y Titulada en Buen Gobierno de las Sociedades por el ICA.



EDUARD PRATS COT

Director General ESIC Catalunya

Eduard Prats es Director General de la escuela de negocios ESIC Business&Marketing School en Cataluña, es Presidente de Honor de FDModa - LCI Education y Vicepresidente de la Fundación Empresarial Gresol. Inició su carrera profesional en el Grupo Borges, y posteriormente fue Director Comercial de la Sociedad de Valores del Grupo Mapfre en Cataluña y Director General del Palacio de Congresos de Reus y Director General del Instituto Superior de Marketing. Titulado en Dirección Marketing por ESIC, diplomado en Business Administración por la UPC, PDD y PADE por el IESE - Universidad de Navarra.



IGNACIO PI

Responsable Global MEDIAPOST GROUP

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (1979-1984), realizó un curso de Asesoría Fiscal en CEREM (1984).

Desempeña su trayectoria profesional en empresas como TNT express, Unitransa, Mayne Nickless, UPS, Grupo Campofrío. En 1999 crea Actea Logística Comercial y la desarrolla hasta su fusión con varias empresas en 2009, entre ellas Mediapost. Es entonces cuando se crea Mediapost Spain. En la cual desempeña el cargo de Responsable Global desde 2009. Entre sus aficiones destacan la lectura, el teatro y el cine.



CRISTÓBAL COLÓN

Presidente LA FAGEDA

Cristóbal Colón Palasí (Zuera, Zaragoza, 1949) es Psicólogo Clínico por la Universidad Autónoma de Barcelona y antiguo alumno de IESE. Después de trabajar en tres hospitales psiquiátricos en Aragón y Cataluña, en 1982 funda La Fageda, una iniciativa pionera para desinstitucionalizar a las personas que sufren enfermedad mental ofreciéndoles una oportunidad laboral.



ÁNGEL PIÑA

Director Comercial GHD

Economista de 43 años, Executive MBA por el IE y más de dieciocho años de experiencia profesional en los sectores de lujo, belleza y gran consumo, habiendo trabajado en posiciones de Dirección Comercial y Marketing en compañías como Estee Lauder y La Prairie Group, ocupando en la actualidad el cargo de Director Comercial de la multinacional ghd. Con experiencia siempre en entornos multinacionales donde la gestión de una reputada marca, el profundo conocimiento de los canales de distribución más adecuados para cada sector y el liderazgo de grandes equipos multidisciplinares han sido valores esenciales.



JOAQUÍN SANDOVAL

Director TIC GERMAINE DE CAPUCCINI

Director TIC de Germaine de Capuccini S.A. desde 1983. Diplomado en Informática para aplicaciones científicas (Barcelona). Master en Telemática (Valencia). Colaborador en el libro *Comunidad Valenciana: Escenario tecnológico 2007* (Cevasi - Fundación OVSÍ). Director del proyecto de teletrabajo *Alcoy ciudad digital*. Colaboró con Computing y Penteo en estudios sobre el uso de la tecnología. Distinguido por la Fundación Banesto (2008) como innovador. Participación en *i-MATH* 2008-2011, en la Universidad de Santiago de Compostela. Miembro de F.I.T.A. Ponente en el *Congreso sobre Innovación* (2010) realizado en la Politécnica de Valencia. Ponente en el *Congreso Internet 3.0* en Alicante (2012-2013) y Algeciras. Programa de Televisión en *Alicantí TV* sobre Internet con I. Pérez y L. Villanueva.



LEO FARACHE

Director General

Asociación de Agencias de Medios

Se autodenomina como un observador apasionado y asombrado por la capacidad que tiene la comunicación para influir en nuestras vidas y en la de los que nos rodean.

Licenciado en Ciencias Empresariales y Executive MBA por el IE. Trabajó como Director de Publicidad en la SER, Director Comercial en el Pabellón de España en la Expo'92, Director General de Maritz, Director General de Movierecord, Director General de McCann, Consejero Delegado de Diversus y fundador de Marketing Director, entre otros.

Divide su tiempo como creativo de Más Cuota, Director de la Asociación de Agencias de Medios, y proyectos vinculados al mundo de la educación. Autor de *Los diez pecados capitales del jefe* y *Gestionando adolescentes*.



JOAQUÍN LORENTE

Publicista y Escritor

Considerado uno de los mejores publicistas del mundo y el más influyente en España durante tres décadas.

A los 27 años promovió MMLB, el mítico grupo que situó al país en primera posición internacional, y desde 1985 hasta el 2000, al frente del mayor grupo independiente. Su extensa labor creativa ha recibido más de cien premios internacionales. Su reciente libro, *Piensa, es gratis*, ha sido traducido a diez idiomas con 700.000 ejemplares. Su web www.piensaesgratis.com cuenta con 2.100.000 seguidores.

COMITÉ ASESOR



ANA VICTORIA DELGADO MARTÍN Corporate Marketing Manager VODAFONE ESPAÑA

Responsable de Marketing y Ventas del segmento Corporate. Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid, MSc by Research por King's College London y Executive MBA por el IESE.

Ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en Accenture donde fue Gerente especializada en gestión de proyectos internacionales en Europa y Latinoamérica enfocados en el análisis de posicionamiento de mercado, desarrollo comercial y estrategia tecnológica. Se incorporó a Vodafone en el año 2012 y desde entonces es Responsable del Diseño y *go to market* del ciclo de vida del cliente Corporate.

MÓNICA DEZA

Presidente

AINACE

(También ponente)



JOSÉ LUIS GALÍ

Presidente

Altair Management Consultants

Licenciado en Ciencias Económicas. En la actualidad ostenta diferentes cargos: Presidente y Socio de Altair Management Consultants; Presidente y Socio fundador de Onebox Iberica; y miembro del consejo asesor de Miura Private Equity.

Fue miembro del consejo de administración o consejo asesor de: Gescobro Collection Services, Grupo BC, Gec, S.A, Telvent S.A. Presidente ejecutivo y socio fundador de Matchmind.

Presidente / Consejero Delegado de Cap Gemini España, Presidente ejecutivo de Cap Gemini Italia y CEO de la región Sur Europea del Grupo Cap Gemini (consultoría de negocio y sistemas de información). Subdirector General y Director de la División Internacional del Banco Natwest March.



CONRAD LLORENS

Consejero Delegado

SUMMA

Conrad Llorens lleva más de veinticinco años en el ámbito de la comunicación y la consultoría de marcas.

Socio fundador y Consejero Delegado de SUMMA, consultora especializada en creación y gestión de marcas. SUMMA fue pionera en el mercado español y lleva más de 20 años ayudando a numerosas empresas líderes españolas de proyección internacional a construir marcas poderosas y gestionarlas con rigor y eficiencia. Entre los principales clientes de SUMMA están: Telefónica, Santander, la Caixa, BBVA, Inditex, Abertis, NH Hoteles, Repsol, Sogecable, Ferrovial, Planeta, Esade o RTVE, entre otras.

Es responsable de Relaciones Institucionales en la Junta Directiva de AE BRAND, la asociación española de empresas de branding.



JAIME MARTÍN

Socio Fundador y Director General Lantern

Jaime Martín es Socio Fundador y Director General de Lantern (www.lantern.es), consultora de innovación especialista en la creación de productos, servicios y modelos de negocio disruptivos. Anteriormente, dirigió Optimor Iberia, consultora estratégica del grupo WPP, y fue uno de los fundadores y líder del área de estrategia de Interbrand Madrid. Tras comenzar su carrera en el banco de inversión A.G. Edwards, trabajó como analista senior del grupo de capital riesgo de Bank of America para Latam. Licenciado en Economía y Finanzas por Saint Louis University, cuenta con un MBA en UCLA-Anderson School of Management.



JUAN CARLOS MARTÍNEZ

Socio Director Altair Management Consultants

Ingeniero Químico por la Universidad de Barcelona y MBA por el IESE de la Universidad de Navarra. Con más de veinte años de experiencia en consultoría estratégica y de dirección. En el año 2002, funda la firma Altair Management Consultants donde es Socio y Director General. Actualmente, viene colaborando con grandes empresas entre las que destacan Santander, Banc Sabadell, CaixaBank, Repsol, E.ON, Abertis, Áreas y Cencosud. Anteriormente trabajó durante ocho años para la consultora estratégica norteamericana A.T. Kearney, donde fue responsable de la práctica de estrategia y organización para España y Portugal y Director de la oficina de Barcelona.



PILAR PÉREZ NAVARRO

Directora de la oficina de Barcelona Millward Brown Iberia

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Bellaterra (Barcelona). Directora de la oficina de Barcelona de Millward Brown Iberia, compañía multinacional de estudios de mercado, con presencia en más de 50 países y experta en marca, comunicación y medios. Colaboradora habitual de varias universidades y escuelas de negocios, donde imparte regularmente clases y conferencias. Miembro del claustro de profesores de ESIC. Miembro de Aedemo, del Club de MK de Barcelona y de Sepromark (Club de MK de la Salud). Actualmente es miembro del Comité de Ética de AEDEMO, asociación de la que también fue Vicepresidenta durante cuatro años.



GENÍS ROCA SALVATELLA

Socio Director RocaSalvatella

Socio Director de RocaSalvatella, consultoría estratégica especializada en la transformación digital de las empresas, con oficinas en Barcelona, Madrid, Bogotá y México. Especialista en modelos de negocio en Internet, y en cómo las redes y lo digital están alterando nuestro entorno personal, profesional y empresarial. Licenciado en Arqueología y MBA, elegido en 2013 por el periódico *El Mundo* como uno de los 25 españoles más influyentes en Internet, y premiado por *Foment* como el mejor conferenciante de 2010.



APD (C/ Montalbán, 3. 28014 Madrid)

www.apd.es

Información: 91 523 79 00

