Pablo Foncillas Díaz-Plaja

Formado en la Escuela Suiza (habla 4 idiomas) es licenciado en derecho y MBA del IESE Business School. Compagina su vida en el entorno **académico** (dos lustros como parte del claustro del IESE) y como **conferenciante** junto con **roles directivos** y de **consultoría** en varias industrias.

Anteriormente fue parte del claustro del IESE, en programas Open Executive, MBA y Executive MBA en el departamento de marketing. En el IESE fue también director académico de programas internacionales in-company y fundador y co-director del Industry Meeting del IESE sobre e-commerce. Ha impartido clases también a estudiantes de instituciones prominentes de todo el mundo, incluyendo NYU Stern, ESE Chile, IDE Ecuador y Universidad del Pacífico, así como INSEAD-CEDEP, entre otras, en España, Europa y América latina.

Desde la década de 1990, ha compaginado su actividad directiva junto con la académica y de consultoría en múltiples empresas. Con ellas ha contribuido al crecimiento de **multinacionales** en **varios sectores** (servicios de marketing, alimentación, líneas aéreas, *utilities* y ocio) y países desde diferentes cargos tanto en local, nacional, regional como mundial. Ha ayudado a desarrollar la comercialización de más de **200 marcas en más de 25 países**, ocupando roles comerciales o de dirección general, ya integrado como miembro del **comité de dirección**.

En la actualidad una parte importante de su trabajo, donde investiga y publica, está relacionado con el **entorno digital**, cómo enriquece el proceso y los modelos comerciales de las compañías y cómo impacta en las cuentas de resultados de las empresas. Está también especializado en las áreas de comunicación comercial, innovación en procesos comerciales, desarrollo de marcas fuertes y venta en entornos de gran consumo y empresas de servicios.

Es también miembro del consejo asesor de Línea Directa, un think tank externo compuesto de profesionales de reconocido prestigio junto con directivos de la empresa, como iniciativa de transformación de la compañía aseguradora.

Pablo es <u>autor de cuatro libros</u>, dos como autor: *Winners, el método para ganar clientes* en la era de Amazon (Penguin Random House Grupo Editorial, 2019) y Sin miedo al cambio (EUNSA, 2016); y dos como co-autor: *El supermercado* (Editorial Thomson Reuters Aranzdi, 2019) y *Moda en el entorno digital* (EUNSA, 2015), publicando regularmente artículos en prensa generalista, especializada y de gestión. También ha redactado diversos casos académicos.

Ponente habitual en consejos de administración y comités de dirección, ha participado en múltiples foros para abordar temáticas alrededor del comercio electrónico, omnicanalidad, redes sociales, marketing digital, tendencias, ventas, *route to market*, comunicación comercial y marketing en general.

Durante su carrera ha ganado varios premios EFI y ha sido miembro del jurado de los Premios Eficacia en el 2006, el galardón del sector del marketing más reconocido en España. También ha sido jurado en el festival de EI Sol, el certamen creativo y de innovación más relevante de España y Latinoamérica. Pablo es padre de Gabriela y Adriana.

Más información en pablofoncillas.com o @PabloFoncillas.