

ADOLFO FERNÁNDEZ

Gerente Global de Estrategia Retail en Google y Experto en Retail

---

- Gerente Global de Producto en Google, donde lidera la estrategia de comercialización y operaciones para PYMEs de Google Shopping
- Se unió a Google como Gerente de Desarrollo de Negocio para España y Portugal en 2015
- En 2019 se trasladó a San Francisco, para dirigir la estrategia de comercialización para PYMEs de Google Shopping
- Ha sido invitado a formar parte de la red de expertos del World Economic Forum como referencia en Retail, Bienes de Consumo, Estilo de vida, y Comunicaciones Digitales
- Colabora como profesor asociado con algunas de las organizaciones educativas más prestigiosas del mundo, como IE Business School o el MIT

Adolfo Fernández es un directivo y asesor de empresas español experto en internacionalización y estrategia empresarial. Actualmente, Adolfo es Gerente Global de Producto en Google, donde lidera la estrategia de comercialización y operaciones para PYMEs de Google Shopping desde su sede global en Silicon Valley, California.

Con una amplia experiencia en el desarrollo de negocios y gestión de iniciativas en el ecosistema digital, Adolfo se unió a Google como Gerente de Desarrollo de Negocio para España y Portugal en 2015, donde dirigió la estrategia de adquisición de nuevos clientes de la compañía en la región. A principios de 2018, asumió el rol de Gerente de Programas de Internacionalización, y en 2019 se trasladó a San Francisco, para dirigir la estrategia de comercialización para PYMEs de Google Shopping.

Apasionado del papel que la tecnología desempeña en la economía y la sociedad en general, Adolfo ha participado en más de 200 conferencias, incluyendo algunos de los foros más influyentes del mundo, como las Naciones Unidas o la Organización Mundial del Comercio, para abordar temas relacionados con la transformación digital y la globalización. Recientemente, Adolfo ha sido invitado a formar parte de la red de expertos del World Economic Forum como referencia en Retail, Bienes de Consumo, Estilo de vida, y Comunicaciones Digitales.

Además de su actual puesto en Google, Adolfo colabora como profesor asociado con algunas de las organizaciones educativas más prestigiosas del mundo, como IE Business School o el MIT, impartiendo talleres sobre transformación digital, innovación, Design Thinking y empleabilidad en la industria tecnológica.

Adolfo tiene un Máster en Gestión Internacional por el Instituto de Empresa (IE Business School), así como una Licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad de Santiago de Compostela.

TEMAS

Adolfo adapta cada presentación a las necesidades de su audiencia y no se limita a los te-

mas que se enumeran a continuación. Pregúntenos sobre cualquier tema que le interese:

- Transformación digital
- Innovación
- Design Thinking
- Empleabilidad en la industria tecnológica
- Retail

PROGRAMAS

Italianos haciendo cola por café americano

Internacionalizarse en un mundo sin fronteras. No hablan tu idioma, nunca han oído hablar de tu marca y viven en la otra parte del mundo. Sin embargo, a pesar de las complejidades y desafíos del comercio electrónico global, vender a consumidores de todo el mundo es una oportunidad que las empresas simplemente no pueden resistir. Especialmente cuando esperamos que las ventas globales alcancen $4.8 billones de dólares para 2021 y que casi el 85% del poder adquisitivo del mundo exista fuera de los EE. UU. Esta conferencia es para todas las empresas que desean prosperar (y sobrevivir) en una economía sin fronteras. Especialmente aquellas que han tenido éxito en sus mercados domésticos y están en busca de conquistar nuevas metas. Descubre cómo cientos de las empresas más exitosas del mundo han logrado expandir su negocio más allá de sus fronteras utilizando este framework.

Lo quiero, y lo quiero ahora

Construyendo marcas en la era de la inmediatez. En el mundo centrado en lo digital de hoy, es crucial que las marcas aprendan a adaptarse y ajustarse rápidamente mientras se mantienen fieles a sus valores y ADN. Con los nuevos canales para llegar y atraer a los consumidores que cambian tan rápido como las expectativas de los clientes, las marcas tienen la capacidad de lanzar productos, llegar a nuevas audiencias y crear conciencia con una velocidad y eficiencia sin precedentes. Si bien los avances tecnológicos dan forma constantemente a los objetivos de la marca y redefinen la experiencia del consumidor, son las marcas las que deben aprovechar la tecnología, en lugar de dejar que la tecnología las

defina. Conozca cómo algunas de las marcas más exitosas del mundo han aprovechado las nuevas tecnologías y las últimas estrategias de marketing digital para ganarse el amor de los clientes.

La gente no tiene miedo al cambio

Cómo crear un lugar de trabajo que viva y respire innovación. La innovación y la creatividad están relacionadas, pero hay una distinción importante entre las dos. La creatividad se centra en la generación de nuevas ideas, mientras que la innovación es el proceso de probar e iterar esas ideas y, finalmente, convertirlas en algo útil. Ser capaz de desarrollar, adoptar e implementar nuevas ideas ayuda a las organizaciones a mantenerse relevantes cuando el entorno a su alrededor cambia constantemente. Fomentar la innovación en tu organización es una combinación de la gente y sus valores, así como el entorno que creado para ellos. Aprende cómo construir un lugar de trabajo que viva y respire innovación.

CONDICIONES

- **Viaja desde:** San Francisco, California, USA
- **Rangos:** Consultar tarifa con HiCue Speakers
