



## Félix Cuesta

*Experto en management, desarrollo de estructuras empresariales del siglo XXI y en transformación empresarial, fidelización del cliente y marketing directo*

Félix Cuesta, es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá, Executive MBA por el Instituto de Empresa de Madrid y licenciado en Ciencias Físicas en la especialidad de Tecnologías de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Asimismo es socio-fundador del Centro Virtual de Asesoramiento Empresarial, profesor de la Universidad de Alcalá, del Instituto de Empresa de Madrid.

Ha sido el único español invitado para dictar una conferencia en la reunión anual de Premios Nobel de Economía, donde el título de su conferencia fue "*CUSTOMERING: business transformation to overcome the crisis*" y tuvo la oportunidad de compartir sus teorías con 5 Premios Nobel y con gurús como E. de Bono o Chan Kim.

Cuenta con una experiencia de más de 35 años como directivo en empresas multinacionales, (ITT, DEC, Burroughs, Banesto o Proudfoot Coopers&Lybrand) y ha creado multitud de proyectos empresariales. Además es el fundador de MISCO en España y es asesor de empresas multinacionales y pymes, sobre las que siente una especial atracción, llegando a acuñar el término "pymenización" como recomendación de lo que las grandes empresas deben hacer para superar la situación actual.

Ha impartido clase en Escuelas de Negocio y Universidades de todo el mundo como el Instituto Tecnológico de Monterrey y es conferenciante internacional. Ha sido portavoz de la Delegación Española en el primer encuentro Luso-Español, en la mesa de comercio electrónico y Jurado de los premios IMAN 2005. Además es miembro del Comité Científico de la Universidad del Gas y del Petróleo de Ploiesti, del Comité editorial de la revista "*Empresa*", del IE Business School y de la revista "*Petroleum-Gas University Bulletin*".

Algunas de sus aportaciones más importantes a la gestión empresarial han sido: la solución del problema histórico del marketing en la segmentación, donde un cliente podía encontrarse en varios fragmentos, con su propuesta de segmentación dinámica objetiva de la cartera de clientes o la creación del concepto de estructura empresarial como resultado del conjunto básico de variables interrelacionadas y a su vez alineadas con el entorno.

Autor de diez libros, un capítulo en la enciclopedia de "Dirección Comercial y Marketing" de CISS y de más de 100 de artículos en revistas de management, de marketing y en medios económicos y generalistas. Félix Cuesta es miembro del "Top Ten Speakers Spain," el club al que pertenecen diez de los más reputados conferenciantes españoles, y cuenta con diferentes premios como el "Premio Extraordinario" por su Tesis Doctoral en Economía o el "Premio Luis Alberto Petit" en 1976.

Como conferenciante comparte sus conocimientos y experiencia con directivos y estudiantes de todo el mundo, destacando su capacidad de comunicación y de hacer sencillo y entendible, situaciones y teorías complejas.

### TEMAS

- **Management**
- **Marketing**
- **Estructuras empresariales y mercado del siglo XXI**
- **Transformación empresarial**
- **Implantación de Estrategias de Fidelización del cliente**
- **Dirección Comercial**

### LIBROS

- "*El Generador de ilusión*"
- "*La Transformación Empresarial como base de la competitividad*"
- "*La Gestión del Marketing Directo*"
- "*La Empresa Virtual*"
- "*Fidelización... Un Paso Más Allá de la Retención*"
- "*Management Internacional*"