



FORMACIÓN

Emilio Llopis es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia. Cursó el PDD en IESE Business School y obtuvo un Máster en Dirección de Marketing y Comercial en ESIC. También ha completado el programa para empresarios 15X15 de EDEM y el programa "Aligning Business, Brand and Behaviour" de la University of London.

Posee un Doctorado en Branding de la Universidad CEU-Cardenal Herrera, donde su tesis, que proponía un modelo de branding, fue calificada como sobresaliente cum laude por su aplicabilidad empresarial.



TRAYECTORIA

Su carrera comenzó en Chocolates Elgorriaga, donde alcanzó el puesto de Responsable Comercial y aprendió las bases de la venta. Posteriormente, trabajó en Hero España como Responsable de Marketing de Adult Food.

En el año 2000, inició su camino como empresario fundando la agencia de Marketing y Comunicación Delfin Group Levante, que luego se integró en GMR Marketing, parte de Omnicom Group, el mayor grupo de Marketing del mundo. Durante esos años, trabajó en proyectos para grandes marcas multinacionales como Nike, Telefónica, Procter, Coca Cola y Repsol. En paralelo, cofundó Garrigós&Llopis, una firma de consultoría para empresas de tamaño intermedio (Middle Market), descubriendo su pasión por acompañar a empresarios, CEO y C-Level en procesos integrales, desde la estrategia a la acción.

En 2010, dejó GMR Marketing como socio, pero continuó como Consejero de Marketing en España. En 2011, conoció a Luis Huete, profesor de Harvard e IESE y referente internacional de management. En 2013, juntos fundaron Huete & Co. Luis sigue siendo una fuente de inspiración y aprendizaje para Emilio.

En 2020, junto a Alejandro Requena y Pablo Llopis, creó GLR Partners, una boutique de consultoría enfocada en estrategia y transformación para el crecimiento en empresas de Middle Market.

También, en 2021, fundó SOKYL, una consultora de transformación digital Go to Market que ofrece servicios operativos a departamentos comerciales y de marketing.

Desde el año 2000, Emilio ha apoyado a emprendedores como socio de Realiza Business Angels. Una de las facetas profesionales que más le ha aportado, tanto profesional como personalmente, es su colaboración con el Foro de Marcas Renombradas Españolas.

Fundó y presidió el Marketpym, Congreso Nacional de Marketing y Comercialización para la Pyme, y fue el primer presidente del Club De Marketing de Valencia.

Además, ha sido socio y emprendedor en dos empresas creadas con toda la ilusión y que tuvo que cerrar. Con perspectiva, estos "contratiempos" (se niega a llamarlos fracasos) le han brindado valiosos aprendizajes que aplica en su día a día empresarial y con sus clientes.



OmnicomGroup



garrigós + llopis



sokyl

glr⁺
partners

CONSULTORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO

Como empresario y consultor en Marketing y Branding, Emilio ha liderado y participado en más de 200 proyectos de consultoría y acompañamiento. Su foco, y lo que cree hacer bien, es acompañar al empresario y al CEO en definir toda la estrategia Go to Market (marca, ventas y marketing) y apoyarlos en el despliegue con sus equipos. Siempre con un objetivo concreto: crear una marca valiosa tanto para el cliente como para el accionista. Esto le ha llevado a desarrollar una metodología de branding que se integra transversalmente en la estrategia de la empresa y se concreta operativamente en la experiencia de cliente entregada. Es lo que llama Business Branding (o Branding para Empresarios).

Durante estos años, ha tenido la fortuna de colaborar con multitud de empresas y empresarios de todo tipo, incluyendo Accenture, Allergan, AMC Natural Drinks, Aranco, Asociación 5 al día, Azud, Babaria, Bankia, Base Protection, Bausch+Lomb, BdB, Biomarin, Blinker, Budenheim, Casa Modena, Clerhp, Clínica Cubels, Coca-Cola, Coronita, Coutot Roehrig, Danone, Dat-Schaub, DDB, Deloitte, Disarp, Don Algodón, Elgorriaga, Doña Francisquita, Fisio & Bienestar, Galderma, GDES, General Drones, Gin Mare, Grefusa, Greentastic, Grupo AZA, Gv Developments, Hasbro, Helados Alacant, Hero, Hidragrup, Hinojosa, Hispanitas, Hits Mobile, Industrias David, Interbrand, Itera, Istobal, Jix, Juver, Lexer, Lois, Luckia, Magnum Capital Partners, Mariner, Master Cadena, Medicontur, Meditel, Movistar, Multiópticas, Nike, Omnicom Group, Procter & Gamble, Puig, Q-Vision, Randstad, Rayner, Repsol, Raloe, Ruralcaja, Santander, Schwartzau, Solta Medical, SPB, Tacha Beauty, Taberner, Telefónica, Terra Mítica, Tiendas Llar, Viokox, Volvo Ocean Race, WSBSport, Yamaha, Zarro, y muchas más. Está profundamente agradecido a todas ellas.



PROFESOR

Dar clases es una de las pasiones de Emilio. Lleva más de 25 años en las aulas, lo cual le ayuda a estar al día y le permite devolver a otros profesionales parte de lo que la vida le ha dado. Además, disfruta enormemente en cada clase.

Es profesor de Executive Education en EDEM Escuela de Empresarios y en IE Business School, donde obtuvo el Premio a la Excelencia Académica. También imparte sesiones en el programa para CEO's "Marca & Innovación", impulsado por el ICEX, el Foro de Marcas Renombradas Españolas y ESIC.

Durante los últimos 25 años, ha sido profesor del claustro de ESIC Business & Marketing School, DEUSTO Business School e ISEM Business & Fashion School. Como profesor visitante, ha impartido sesiones en IESE, ESADE Law School, APD, BASQUE CULINARY CENTER, SAN TELMO Business School, ENAE Business School, FUNDESEM Business School, SEMINARIUM Perú, AMERICA EMPRESARIAL Colombia, PANAMERICAN Business School, INEDE Business School, LUIS VIVES Escuela de Negocios, FEDA Escuela de Negocios y CEF Centro de Estudios Financieros.

Además, ha sido profesor universitario en el campus de Valencia de ESIC Business & Marketing School durante más de 10 años, siendo Coordinador del Departamento Académico de Marketing. En el ámbito universitario, también ha colaborado en sesiones puntuales con la Universidad CEU-Cardenal Herrera.

Como profesor, Emilio ha desarrollado una intensa actividad en formación in-company. Entre otras muchas empresas, ha impartido sesiones de formación in-company para Puig, Telefónica, Loewe, Multiópticas, Galderma, Bausch+Lomb, Yamaha, Hispanitas, BdB, Ford, Budenheim, Blinker, Isuzu, Raloe, Projar, Hida, Banco Santander, Dentals Doctors Institute, Basor Electric, Biomarin, AVECAL y las Cámaras de Comercio de Valencia, Alicante y Valladolid.

[Descargar Dossier Formación](#)

CONFERENCIAS

Otra de las pasiones de Emilio es su intensa actividad como speaker y conferenciante. Intenta que sus conferencias sean vibrantes, participativas y que provoquen reflexión y acción en el público.

Ha impartido multitud de conferencias en España y Latinoamérica. Es miembro de los speakers bureau: Conference Planeta, Speakers Academy y Huete & Co. También ha sido conferenciante TEDx.

Dispone de un catálogo de conferencias que ha mejorado con los años, agrupadas en tres bloques:

- Conferencias de Branding
- Conferencias de Estrategia de Negocio
- Conferencias para Equipos de Venta

Los destinatarios de sus conferencias incluyen CEO's y C-Level, comités de dirección, equipos comerciales y de marketing, convenciones, reuniones y eventos de empresa, asociaciones y foros empresariales, redes de distribución y cadenas retail, congresos y eventos, colegios profesionales y conferencias sector Healthcare.

[Descargar Dossier Conferencias](#)

AUTOR

Crear contenido de management es el combustible del motor profesional de Emilio. Le gusta investigar y documentarse sobre branding y estrategia empresarial, lo cual le permite ofrecer a sus clientes de consultoría, los CEO que acompaña y sus alumnos, acceso a conocimiento de vanguardia.

Ha escrito tres libros sobre branding estratégico: "Marcas Buenas, Buenas Marcas", que aporta un modelo práctico para incorporar la sostenibilidad a la estrategia de marca, "Crear la Marca Global" y "Branding & Pyme". Además, ha colaborado como co-autor en otros libros.

Desde 2015, publica artículos de estrategia empresarial en Harvard Deusto Business Review, dirigidos principalmente a CEO's de empresas de tamaño intermedio, aportando modelos prácticos de gestión y ejemplos reales.

Durante 10 años, fue columnista en el diario EL MUNDO, con su columna "Cartas al CEO", en la que exploraba la faceta más humana y personal de los CEO a los que acompaña.

Escribe regularmente en su blog personal y ha publicado artículos de management en medios como IE Insights, Actualidad Económica, Alimarket, Dir&ge, El Comercio, Economía 3, Estrategia y otros.

