

VALERIA DOMINGUEZ

Founder & CEO — Felino
valeria@felino.com



Experto en

MODA DIGITAL

E-COMMERCE

OMNI-CHANNEL

Conferencia

MODA DIGITAL

Retos, Tendencias & Casos de Éxito



CV.

Valeria DOMINGUEZ

Experiencia

Founder & CEO — *Felino*

Consultora eCommerce especializada en
Moda/Retail

2017-presente

Chief Digital Officer

2011-2016 — *Adolfo Dominguez*

Educación

Executive MBA/PLD — **Harvard Business School**

Ingeniero Superior en Robótica Industrial

CAN TECHNOLOGY TOUCH THE HEART?

Valeria Dominguez
Founder & CEO — Felino.com



Contacto

Madrid, ESPAÑA



EMAIL



LINKEDIN



TWITTER

Amazon







[Ver intervención](#)

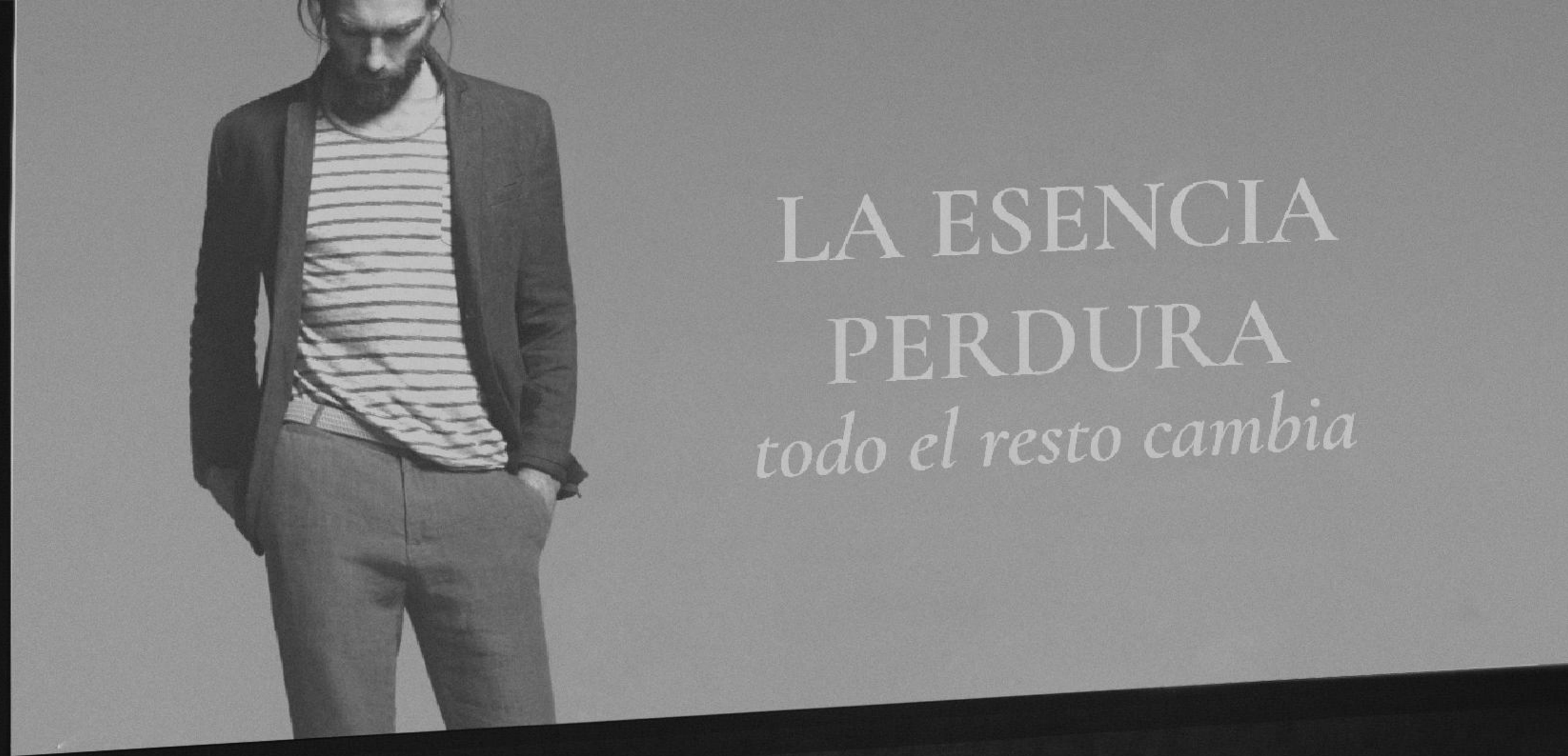
COMMITI
INNOVATION IS BUSINESS

INNOVATION STAGE

BY
BBVA



[Ver intervención](#)





THE NEXT BIG THING



MODA DIGITAL NUEVAS TENDENCIAS Y NUEVOS MERCADOS

PATROCINA



F



LEJO

Valeria Dominguez
Founder & CEO — Felino.com









Valeria Dominguez

PRENSA

"ES UN PROBLEMA
ESTRUCTURAL QUE
SOLO EL 13% DE
LAS CHICAS
OPTEN POR STEMS"

Valeria Dominguez



CHOISEUL 100 ESPAÑA

*Economic Leaders
for tomorrow*

VALERIA DOMINGUEZ
*Directora de eCommerce y Omnicanalidad
Miembro del comité de Dirección.*

ADOLFO DOMINGUEZ, S.A

1979
*IE Business School, Madrid (MBA), Harvard
Business School (cursando Executive MBA)
The Corcoran Group, Turner Construction Co.*

**ADOLFO
DOMINGUEZ**

8.



EL  MUNDO

Estos son los 10 jóvenes que liderarán el futuro empresarial en España



**8º VALERIA DOMINGUEZ, 1979
ADOLFO DOMINGUEZ S.A**

Desde directores generales hasta responsables de comunicación pasando por científicos, creadores de *start ups* o gestores de fondo de inversión. No importa la ocupación, importa el talento y estos son, según el *think tank* [Choiseul](#) los líderes españoles más prometedores para un futuro aún más prometedor.

De izda. a
dcha.: Alicia
Richart, con su
propia ropa.
Esther Checa,
con traje negro,
de Claudie Pier-
lot; y camiseta,
de American
Vintage. Patricia
Benito, con su
propia ropa;
Valeria Do-
minguez, con
vestido negro,
de Adolfo Do-
minguez. Coro
Saldaña, con
vestido blanco,
de Sandro; y
salón, de Stuart
Weitzman. Clara
Gutiérrez, con
su propia ropa.
Marisol
Menéndez, con
gabardina cru-
da, de Marina
Rinaldi; y su
propia ropa.



"DESDE LA MODA HASTA CÓMO NOS MOVEMOS

NECESITAN DE LA TECNOLOGÍA"

REVOLUCIÓN TECH

Nos reunimos con las ejecutivas digitales que forman #WomenInTech Spain, la primera aceleradora de talento digital en nuestro país, creada por **Valeria Dominguez**. El objetivo: evitar la brecha tecnológica.

Texto: Gema Hospido.
Fotos: Cristina López.
Estilismo: Míriam Arruga

modaes.es

• EMPRESA

Adolfo Domínguez apuntala su alta dirección y recupera a Valeria Domínguez para el consejo



Adolfo Domínguez refuerza su cúpula en plena transformación. La compañía gallega ha incorporado a dos nuevos ejecutivos a su comité de dirección, prácticamente un año después de que Adriana Domínguez tomase las riendas de la empresa como consejera delegada.

El grupo ha nombrado a Alberto Pavón como nuevo director de desarrollo de finanzas y nuevas tecnologías, mientras que ha ascendido a Patricia Alonso, que pilotará la estrategia en ecommerce y márketing de Adolfo Domínguez. Anteriormente, la directiva estaba al frente del márketing en la red de retail de la empresa, cargo que asumió en 2014.

S

MODA

Valeria Domínguez, el relevo generacional que apuesta fuerte por internet

Quién mejor que una de las hijas de Adolfo Domínguez para adaptar el ADN de la firma al exigente mercado digital.



Es el paradigma de la joven emprendedora. No tiene miedo a enfrentarse a nuevos retos –ya de pequeña decidió volar por su cuenta: estudió en Alemania y Canadá, y montó su propia empresa en Nueva York-. Tampoco le faltan razones: está perfectamente preparada. Licenciada en Robótica, tiene dos MBA y ha ostentado el cargo de vicepresidenta de una de las empresas líderes del mercado inmobiliario estadounidense.

marie claire

Valeria Domínguez, esta mujer ve el futuro

Cosmopolita y culta, la directora de Ecommerce & Omnichannel de Adolfo Domínguez sabe la fórmula para hacer nuevos negocios con amabilidad



modaes.es

Los 'jefes' del ecommerce: Valeria Domínguez, savia familiar para un negocio al alza



Fanjul, Ankerberg o Domínguez son, entre otros, los apellidos que completan los nombres de los directivos que han pasado a liderar el negocio online de las principales empresas del sector de la moda. Ejecutivos que, en muchos casos, abrieron camino en este sector cuando vender por Internet todavía sonaba a ciencia ficción, y que han creado desde los cimientos un canal que se ha convertido en imprescindible. ¿Quiénes mueven los hilos del negocio del ecommerce en la moda española e internacional? En la cuarta edición de la guía *Quién es Quién de Empresas de Moda en España*, patrocinada por Lodepo, Modaes.es realiza una selección de veinte de los empresarios y ejecutivos más influyentes en el ecommerce de moda.

VOGUE

La libertad es el verdadero lujo

Valeria Domínguez, Directora de eCommerce de Adolfo Domínguez describe las ventajas de las mujeres en este siglo.



“

La revolución digital nos está ofreciendo a las mujeres una nueva ola de oportunidades.”

Estudí ciencias en el instituto e ingeniería robótica industrial en la universidad con la idea de conseguir un “buen trabajo” en una prestigiosa empresa en una ciudad internacional, en mi caso Nueva York, con oficinas representativas y presencia en todo el mundo.

ESTILO

GQ

— POR VICENTE HOLGADO

PLANETA MODA

EL SECRETO DE SU ÉXITO

Valeria, hija de Adolfo Domínguez y directora del departamento de eCommerce de la firma de moda, nos descubre los CINCO SECRETOS de su éxito.



JOVEN TALENTO
A pesar de su juventud —33 años— Valeria posee un impresionante currículum en eCommerce.

En los tiempos que corren, ser capaz de incrementar tus ventas en un 911% en sólo tres años parece casi de ciencia ficción. Pero son los números de la tienda *on-line* de Adolfo Domínguez (la cual dirige la hija mediana del diseñador). Licenciada en Ingeniería Superior en Robótica Industrial, Valeria se incorporó a la compañía en marzo de 2011 tras una exitosa carrera profesional en EE UU. Desde entonces, ha aplicado en la empresa familiar su experiencia en el campo del comercio electrónico. Una experiencia que comparte ahora con los lectores de GQ.

1. INNOVACIÓN CONSTANTE
“Adolfo Domínguez siempre ha sido una empresa innovadora capaz de adaptarse y asumir nuevos retos. Fue la primera empresa de moda española en salir a bolsa, la primera en lanzar un perfume con su nombre y de las primeras en

aventurarse en el comercio electrónico, en 2000. Las estrategias digital, móvil y *omnicanal* son parte de la estrategia general. El objetivo es que el cliente pueda comprar cualquier artículo de la colección esté donde esté”.

2. DEVOCIÓN POR EL CLIENTE
“Todo se hace pensando en su comodidad. Por eso, se ofrecen envíos y devoluciones gratuitos de manera que su casa se convierta en el probador. Se fomenta que el cliente se pruebe la ropa en la comodidad de su hogar. También hay un equipo de estilistas que trabaja con los diseñadores para crear *looks* completos y prendas relacionadas para asesorar”.

3. GERENCIA A LA AMERICANA
“El equipo de eCommerce que lidero trabaja a la americana. Somos un equipo de mi generación en el que damos muchas oportunidades y libertad de actuación. Trabajamos mucho, pero nos

lo pasamos bien y quiero que la gente se sienta como un *socio* más. Todo el mundo participa del éxito y esto es algo poco español. No hay gran jerarquía, salvo la necesaria para que las cosas funcionen”.

4. FIDELIDAD A LOS VALORES
“Existe una dualidad entre tradición e innovación. El peso de la empresa familiar es sustancial, pero compatible y enriquecedor para todas las estrategias de innovación. En *adolfo Dominguez.com* se respira en cada rincón la esencia de la marca, que se resume muy bien en esta frase de mi padre: ‘Somos sencillez con poesía’”.

5. EL CLIENTE ES EL EJE
Estamos abiertos a los comentarios de nuestros clientes. La información que nos aportan sobre la marca y el servicio que les ofrecemos es clave. Introducimos *user ratings* y *reviews* en nuestra web. Es un modo de potenciar la compra social. **GQ**

“Veo improbable que Amazon se convierta en un marketplace de moda premium”

Valeria Domínguez

Influencer de la moda

Valeria Domínguez

es la fundadora y CEO de Digital Influencer, la primera comunidad para profesionales digitales con las mejores soluciones. Durante cinco años fue directora de eCommerce & Omnichannel en la firma de su padre, el diseñador Adolfo Domínguez. Licenciada en Ingeniería Superior en Robótica Industrial por la Queen's University de Canadá, y graduada en el Executive MBA del IE Business School de Madrid, hoy es una de las mujeres más influyentes en el sector de la moda y del comercio electrónico en nuestro país.

Miriam Garcimartín

“Lo más interesante en redes sociales son las personas, no las marcas”

Apareces en los primeros puestos de los 100 Mejores Líderes Económicos del Futuro, según el prestigioso ranking del Instituto Choiseul España. ¿Cómo crees que debe ejercerse un buen liderazgo?

Siento particular adherencia al modelo de liderazgo americano que prioriza la contratación del mejor talento, lo impulsa a crecer dándole el apoyo y la libertad para hacerlo y mide por resultados. El rol del líder se centra en torno a la selección de la estrategia, la consecución de los fondos necesarios para implementar y en la contratación y retención del talento. Finalmente creo que un líder es aquel que hace que la gente que le rodea crezca profesionalmente y en donde las reglas del juego son transparentes y justas.

Hace un año decidiste desvincularte de Adolfo Domínguez para iniciar una nueva aventura profesional. ¿Qué es Digital Influencer Marketing y qué servicios ofrece?

En el espacio digital, veo posible una forma más colaborativa y transparente de organizarnos que nos permita tomar mejores decisiones, de manera más rápida y con mayor seguridad. Con Digital Influencer, mi deseo es crear un 'hub' de conocimiento donde las personas descubran, comparen y opinen sobre soluciones digitales, agencias, cursos y eventos.

¿Qué significa ser un influencer en el siglo XXI?

El nombre cambia a lo largo del tiempo, pero los grupos de personas siempre han tenido líderes de opinión. Lo que más ha cambiado es que internet ha permitido que individuos sin una plataforma de un medio de comunicación y sin necesitar distribución, ahora participan de esta conversación, y se ve una clara tendencia en donde esas voces, más libres y frescas, son las claras ganadoras en el debate actual.

¿Cuál es la situación de las mujeres directivas en España respecto al resto del mundo?

Las mujeres son un colectivo profesional en alza, controlan el 85% del consumo a nivel internacional y su punto de vista es clave para la definición de la estrategia empresarial de cualquiera empresa en donde son su consumidor dominante.

Desde el punto de vista digital, veo signos esperanzadores. Apple contrató a Angela Ahrendts de Burberry para obtener su sensibilidad de lujo, Inditex eligió a María Fanjul como líder de su negocio digital y Google promovió a Fuencisla Clemares para su posición máxima en Iberia...

Pienso que los consejos de administración se van a empezar a renovar para incluir más talento femenino y especializado en digital. Esto dará mucha visibilidad al potencial femenino y la importancia de su presencia al máximo nivel empresarial.

El ministro Álvaro Nadal se queja de que la necesidad de digitalizar España no esté en el centro del debate. De hecho, España ocupa el puesto 11 de 14 en digitalización entre los países líderes. ¿Qué crees que estamos haciendo mal como país en este terreno?

El castellano es la segunda lengua más hablada en el mundo. Siento que España reúne todo lo necesario para poder asumir una posición de liderazgo global en la revolución digital y aspirar a liderar el debate entre los más de 500 millones de hispanohablantes.

Con respecto a lo que los poderes públicos pueden hacer para que España se convierta en una potencia digital en una generación es a través de la educación pública. Una educación temprana en ciencias aplicadas como la programación con los lenguajes actuales, sistemas, posicionamiento en buscadores, analítica, big data, y de artes aplicadas como el diseño gráfico para web/mobile, UX/UI, redacción SEO y publicitaria, fotografía, ilustración... podría convertir a España en una potencia digital en menos de una generación.

¿Que no haya más personas que se lancen a iniciar una aventura empresarial en el mundo digital, se debe más a un problema de educación o de financiación?

Creo que la juventud española sí está demostrando preferencia por emprender en el mundo digital, y hay muchos ejemplos de éxitos recientes que inspiran a los demás. Por mi parte, espero que Digital Influencer pueda ayudar al emprendimiento ejerciendo de guía para la selección de tecnología, agencias, contratación del talento, opciones de formación, eventos para aprender y conectar con los demás...

¿Qué opinas de la economía colaborativa?

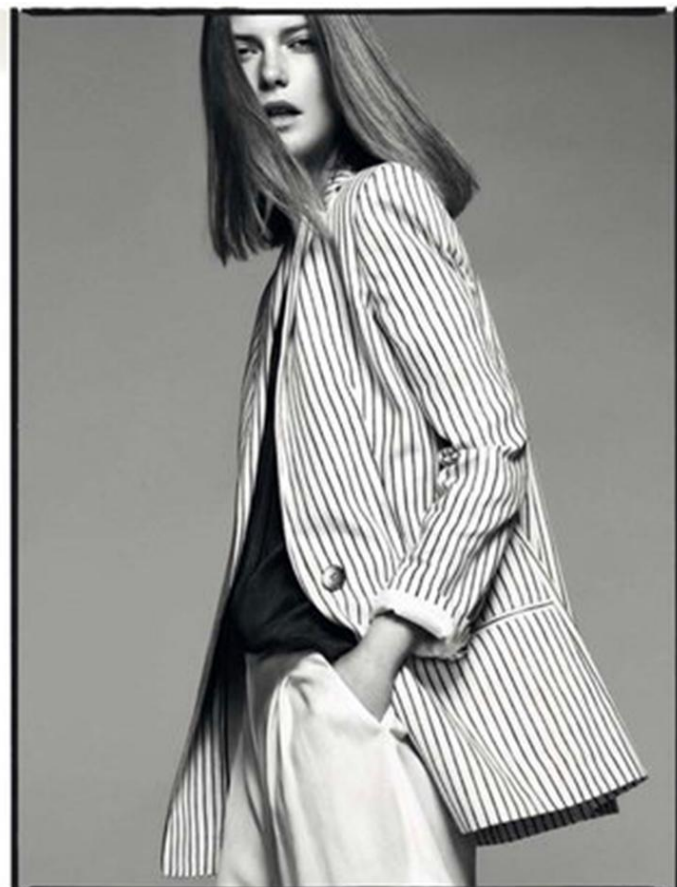
La economía colaborativa y su auge son inspiradores. La tecnología ha permitido agrandar la comunidad a nivel global y ha propiciado un cambio cultural hacia una mayor confianza con respecto a personas que no conocemos aún. Las reseñas juegan un rol principal porque controlan el comportamiento entre compradores y vendedores que muestran su mejor cara para tener una trayectoria de éxito en las plataformas. Veo un futuro donde nuestra identidad online sea única y yo pueda ver la reputación que mi 'host' de Airbnb tiene en otras plataformas por ejemplo.

Las plataformas de economía colaborativa actual conectan a las personas y promueven un mejor uso de los recursos existentes, el resultado es un uso más sostenible. Yo entendí mejor el negocio de la economía colaborativa y su impacto sobre el capitalismo tradicional con el libro "Peers Inc" de Robin Chase. ▷

“A través de la educación pública, España podría convertirse en una potencia digital en menos de una generación”



Valeria Domínguez, directora del departamento de eCommerce de Adolfo Domínguez.



9

LA INNOVACIÓN:

ADOLFO DOMÍNGUEZ

Valeria Domínguez, hija mediana de Adolfo Domínguez, nunca se imaginó que su vida pasaría por trabajar en el negocio familiar que su abuelo fundó y su padre elevó al lugar que a día de hoy ocupa dentro del mundo de la moda: "Siempre hubiese jurado que no iba a volver. Mi padre nos educó para que fuésemos libres. Nos empujó a salir, a crear nuestra propia identidad. Creo que ni siquiera se planteó que volveríamos, aunque luego lo haya deseado, y ahora nos tenga a las tres trabajando a su lado". Última de las tres hermanas en formar parte de esta historia, Valeria es, desde marzo de 2011, directora del departamento de eCommerce, donde ha logrado aumentar la facturación en un 911%, posicionando la tienda *online* como la número uno entre las 672 del grupo. "Yo jamás hubiese desarrollado este proyecto para otra empresa porque no es algo sencillo de hacer. Lo hago porque es mi

FOTOS: CORTESÍA DE ADOLFO DOMÍNGUEZ

TELVA

Valeria Domínguez: "el salto de las mujeres a puestos de alto nivel está lleno de obstáculos"

Acaba de crear #Womenintechspain para impulsar el talento digital femenino



Valeria domínguez CEO de Felino y creadora de #womanintechspain

Valeria Domínguez tiene un plan: se llama #womenintechspain, una aceleradora de talento digital formada por 8 profesionales que trabajarán durante un año para promover la visibilidad de las mujeres en el área tecnológica. Pero además de inspirar y aprender juntas, el objetivo es claro: ser líderes en un sector que marcará el futuro de la humanidad y en el que las mujeres aún no gozan de suficiente representación.

TELVA

LO ÚLTIMO moda

Escribe: E. ÁLVAREZ Foto: N. LÓPEZ (bodegón)

La mediana de las Domínguez...

Ha pasado de vender pisos por Internet en el Harlem Latino de Nueva York, a ropa *online* en la empresa de su padre. **Valeria Domínguez** (33 años), segunda hija del diseñador gallego, es un filón. Desde que en marzo de 2011 aterrizó en la compañía como responsable del *e-commerce*, la facturación de *adolfodominguez.com* ha aumentado un ¡900 por cien! Ella conoce perfectamente los gustos de sus clientas porque, "mientras mi familia diseña prendas, yo hago el papel de la perfecta compradora", afirma.

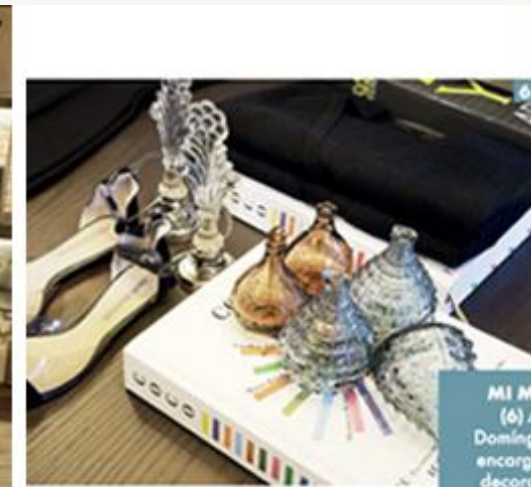
128 TELVA

VOGUE

VALERIA DOMÍNGUEZ

La CEO de Felino forma parte de una generación de líderes que ha cambiado los negocios





MI MUNDO (6) Adolfo Domínguez se ha encargado de la decoración. (7) Valeria Domínguez, en una de las estancias. (8) Detalles del local. (9) Visto del patio interior.

BACK STAGE

Valeria Domínguez (Digital Influencer): “La estrategia se cambia en un día, la cultura no”

Domínguez fue la protagonista de la última jornada de los Jueves del Negocio de la Moda, que tuvo lugar ayer en Madrid. La experta defendió la necesidad de que haya una “cultura del cambio” en las empresas para abordar la transformación.

17 NOV 2017 — 04:54

MODAES

COMPARTIR



ME INTERESA



Recursos frente a cultura del cambio. Para Valeria Domínguez, impulsora de Digital Influencer, **las empresas pequeñas están mejor preparadas para hacer frente a la transformación digital** porque “las grandes, aunque tienen los recursos tienen unas inercias que lastran el cambio”.

“El cambio de estrategia se puede hacer de un día para otro, pero el de cultura es casi imposible”, aseguró la directiva en la última jornada de los Jueves del Negocio de la Moda, que tuvo lugar ayer en Madrid.

En cualquier caso, **la ejecutiva defendió que “en las grandes empresas, el freno no siempre viene de la dirección: a veces quiere hacer cosas pero son los puestos intermedios los que frenan”**, aseguró.

TAN NATURAL, TAN DIGITAL

VA EN BICI A TRABAJAR, ES VEGANA Y HA CRECIDO ENTRE EL CAMPO GALLEGO Y COLEGIOS INTERNACIONALES. VALERIA, HIJA DE ADOLFO DOMÍNGUEZ, HA TRANSFORMADO LA EMPRESA FAMILIAR DESDE LA RED

Valeria Domínguez (Ourense, 1979) dirigía una compañía inmobiliaria en Nueva York el día del colapso del banco de inversión Lehman Brothers. Era 2008, año de la crisis financiera internacional. “Pasé de vender cientos de edificios al año a 10”, cuenta la hija del diseñador **Adolfo Domínguez**. Tres años después, en plena recesión española, hizo las maletas y voló de regreso a nuestro país para hacerse cargo de la división de

comercio electrónico de la firma de su padre. Y aún así, la primera palabra que usa para describirse es optimismo. ¿De dónde saca esa energía positiva? “La vida no es tanto lo que pasa, sino cómo te la tomas”, dice con calma, la misma con la que dirigirá toda la conversación. La tienda de Adolfo Domínguez en la Milla de Oro de Madrid ocupa un esquinazo cuyo interior está revestido de piedra. Decorado por el propio modisto, mezcla las maderas con adornos árabes y el colorido de las telas estampadas que su

hija pequeña Tiziana ha ideado para la colección de primavera. En la cuarta planta, Valeria tiene su despacho frente a una cafetería desde la que toda la familia practica y difunde su estilo de vida vegano. “Somos vegetarianos”, explica. “Voy a trabajar en bici todos los días, llueva o nieve. Mi padre cultiva su propia huerta y tenemos un fuerte compromiso con el bienestar animal”. Valeria se crió entre la sastrería El Faro de sus abuelos, la finca familiar en Ourense —“ultracampestre”— y los internados europeos donde estudiaba. “Mi padre es muy germánico. En verano dedicábamos una hora a nadar, otra a tenis, otra a trepar por un palo... Esos son los valores de mi infancia: pasármelo super bien, pero todo muy estructurado”. Una filosofía que aplica a su manera de vivir y trabajar desde que decidió mudarse a Canadá para estudiar Ingeniería Superior especializada en robótica. Terminada la

carrera, se trasladó a Nueva York. “Durante los últimos 10 años he vivido en la ciudad más competitiva del mundo, donde se presume de cuántas horas se trabaja, no de cuántas dedicadas al ocio, como sucede aquí en España”, cuenta. A esta treinteañera sobria en el vestir —a la cita acudirá con camisa blanca, pantalón negro y un collar de perlas—, sosegada en sus formas, el esfuerzo no le impone: “Los obstáculos me parecen naturales”. Su pragmatismo es tal que resulta complicado que confiese un mal momento en su trayectoria. “En EE UU aprendí que los cambios no son una catástrofe, sino una forma de reinventarse”, dice como un mantra. Y esto fue lo que hizo. Cuando cerró su empresa se mudó a Miami para hacer un MBA en negocios, esa “vocación nata” que practica desde que de pequeña organizaba a sus amigas para que vendieran mermelada. En breve inaugurarán nuevas oficinas “en una nave tipo *loft* neoyorquino en Ato-

cha”. Pero antes, Domínguez afronta el reto de transformar una casa con 40 años de historia en una marca digital con la misma gloria. Por el momento, las cifras avalan la primera fase de su proceso transformador. La facturación de la tienda *online* ha aumentado un 911 por ciento y se ha convertido en la primera de una casa con 700 locales en distintas partes del mundo. “No creo que esta crisis haya sido una excepción, pero sí particularmente dura”, dice en referencia a la situación con la que



VIDAS PRIVADAS

Valeria Domínguez

ha tenido que lidiar. La firma que popularizó el lema “la arruga es bella”, la primera casa de moda española en cotizar en bolsa y lanzar una fragancia, aquella que se atrevió a vestir de lino a los detectives de *Corrupción en Miami*, apuesta por las nuevas generaciones. “Lo bueno de una empresa familiar es que es ágil y tienes el apoyo de tus padres para arriesgar. Luego hay que cumplir. El apellido no es garantía de nada”. —A. MARCOS

MAYO 2014

EDIFICIO ECOLÓGICO
(1) Fachada de la tienda de Adolfo Domínguez en la calle Serrano de Madrid. El edificio consta de cuatro pisos dedicados a las diversas líneas de la firma. En la última se puede tomar un té o un café ecológico, además de servir de showroom. (2) Una de las plantas del local está dedicada a los complementos. (3 y 4) La tienda también alberga la colección masculina de la firma. (5) Detalle de una pashmina de la casa.



MAYO 2014

BACK STAGE

Valeria Domínguez (Digital Influencer): “La moda no innova porque le va bien”

Hija de Adolfo Domínguez, la emprendedora ha participado en la segunda mesa redonda de Innovation Fashion Forum, que ha girado bajo el lema *Del P2P al 'see now buy now': los nuevos paradigmas de la moda*.

06 JUL 2017 — 17:44

MODAES

COMPARTIR



ME INTERESA



La moda, frente a frente con la innovación. **Innovation Fashion Forum** encara su recta final con la segunda mesa redonda, en la que han participado expertos del ámbito digital y la innovación, pero también el diseño y la consultoría. **Valeria Domínguez**, hija de **Adolfo Domínguez** y fundadora de **Digital Influencer**, arrojó una de las sentencias más polémicas del encuentro al afirmar que el sector ha innovado muy poco. “La razón por la que no se innova es porque les va bien”, aseguró.

Según Domínguez, “vestimos igual, con los mismos tejidos, y compramos igual, la ropa sigue viniendo en barco y los almacenes, excepto los de **Inditex**, son antiguos”. En este sentido, **Coro Saldaña**, consultora en **Accenture**, apuntó que el modelo de producción *pull*, de fabricar lo que pide el cliente ya está implantado y que ya hay marcas de *fast fashion* que no tienen stock. No obstante, la experta señala que el próximo reto vendrá del *big data* y de la capacidad de analizar lo que ocurre en tienda y trasladarlo al departamento de diseño.

intermedios los que frenan”, aseguró.

CABIFY - GOOGLE

EMPRESA ENTORNO TECNOLOGÍA PRO AVATARES 360°

Avatares

Valeria Domínguez (Digital Influencer): “Si le cortas las alas al emprendedor, te pierdes la gran empresa española”

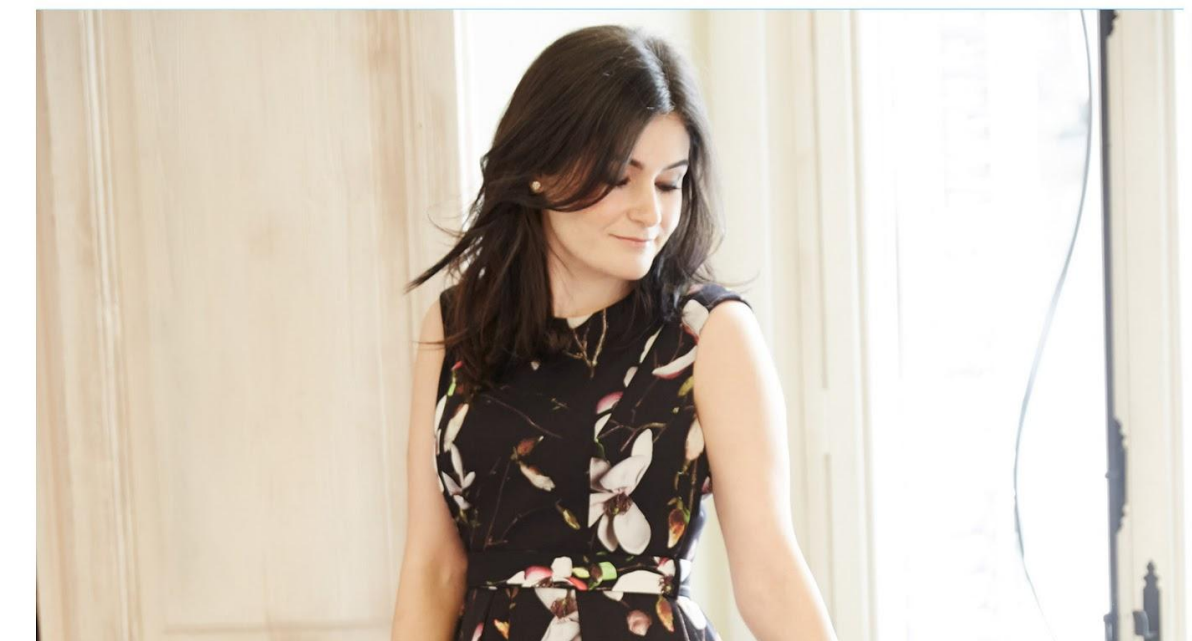
07 SEP 2017 — 04:57
A. PIJUÁN

ESPECIALES RELACIONADOS
• La entrevista de la semana

COMPARTIR
in

ME INTERESA

La fundadora de Digital Influencer y ex directora de ecommerce de Adolfo Domínguez considera que España cuenta con un amplio abanico de oportunidades en el negocio digital, pero que las leyes del país “son muy duras”.



Valeria Domínguez es la fundadora de Digital Influencer, una plataforma que tiene como objetivo convertirse en punto de encuentro de los profesionales del negocio digital en España. La directiva, licenciada en Ingeniera Superior en Robótica Industrial por la Queen's University en Canadá y executive MBA de IE Business School y MBA de

fin.

valeria@felino.com

LinkedIn/valeriadominguez

Twitter/VDominguezAD

Palo Alto, California

& Madrid, España

