

# Resumen Bio Eduardo Lasheras Rojas

---

Es Ingeniero Comercial, MBA en Dirección de Empresas y MBA en Marketing Digital. Durante más de dos décadas ha desarrollado su vida profesional en áreas comerciales, comunicación, marketing y producción. Emprendedor y creativo por naturaleza, ha fomentado el “enfoque feliz” en diversas industrias tales como: consumo masivo, retail, lujo, moda, cosmética, consultoría estratégica y educación.

Su desarrollo profesional le ha otorgado la oportunidad de trabajar en reconocidas empresas y productos internacionales, tales como: **Nestlé** con más del 40% del share market de petfood en Chile, Doko & Dokat; **H. Briones Comercial S.A.**, el mayor distribuidor de lujo que tiene el cono sur, donde estuvo a cargo de las marcas de los relojes y accesorios de lujo de Cartier, Officine Panerai e IWC, como también el Service Manager de todas las marcas de lujo de la compañía, de los cuales destacan, además de las marcas señaladas, los relojes Brietling, Movado, Baume & Mercier, Montblanc, entre otros. Sumando, las marcas de moda Swatch, Calvin Klein, y Flik Flak (marca infantil de Swatch), y el manejo de todo el retail en Chile, y al servicio post venta de estas importantes marcas; **Competitiveness Group S.A.**, empresa líder en el mundo sobre asesorías para los gobiernos sobre en la competitividad de clusters; y actualmente en la **Universidad Andrés Bello**, como director en diversas áreas, tales como Comunicación, Marketing, Producción y Relaciones Institucionales.

Así también, emprendedor por naturaleza, ha desarrollado diversos proyectos de consultoría estratégica para pequeñas y medianas empresas, proyectos radiales, de plataformas en redes sociales, y adicionalmente, gracias a su mirada positiva al realizar proyectos y campañas comunicación y marketing, hace más de cinco años posee su propia de empresa de marketing positivo, cuyo nombre, **Marketing Feliz**, le ha permitido plasmar su sello personal en diversas charlas, capacitaciones y en su propia bibliografía, “Un Papá de Marketing Feliz” y “Marketing Feliz en cuarentena” y ahora su tercer libro: Marketing Feliz en La Tregua de Los Sexos, la necesidad de mantener una actitud y ánimo positivo al momento de ejercer la comunicación, los cuales logra complementar con diversas oratorias nacionales e internacionales, como por ejemplo, en la cumbre mundial de la felicidad organizada por el **World Happiness Foundation**, entre otras.

