



“La ventaja competitiva de las empresas está en la manera de abordar los temas sociales, políticos y ambientales dentro de la estrategia corporativa”

“Lo importante es que se den cuenta de que la empresa no sólo es una entidad económica sino que tiene un papel social y político”

“Me parece que en los mercados emergentes las empresas son mejores en la gestión de temas políticos que las empresas occidentales”

David Bach • Investigador. Experto en política económica

Decano asociado de Programas MBA del Instituto de Empresa de Madrid, este profesor de dirección estratégica y entorno económico es experto en política económica y uno de los futuros gurús en economía, según la revista Thinkers 50. Sus proyectos de investigación y áreas de docencia integran tres variables interconectadas: nuevas tecnologías, políticas públicas y estrategias de negocio en la definición de nuevos mercados. Es el creador de la creciente teoría sobre el No Mercado.

Optimista empedernido, tenaz y franco, David Bach no se asusta a la hora de afrontar grandes retos. Criado en Alemania y formado en Estados Unidos, es **experto en política económica** y sus proyectos de investigación, que interrelacionan áreas como las nuevas tecnologías, las políticas públicas, la responsabilidad social corporativa o la globalización en los mercados, le han convertido en un referente en educación y en **uno de los futuros gurús económicos según la revista Thinkers 50**.

Licenciado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Magna Cum Laude por la Universidad de Yale en Estados Unidos y con un doctorado y un máster en Ciencias Políticas por la Universidad de California, cuenta con una extensa **carrera profesional en el ámbito de la consultoría internacional y el lobbying**, en empresas como Mckinsey, The Global Business Network o Political Intelligence.

Docente e investigador, sus áreas de trabajo abarcan temas diversos e interconectados, como las relaciones entre empresa y gobierno, la regulación de las nuevas tecnologías y de los mercados financieros, la ética de los negocios o los efectos de la globalización en el entorno de la empresa.

Director académico del MBA del Instituto de Empresa de Madrid, así como del Executive MBA y otros programas de alta dirección del mismo centro, imparte clases sobre empresa, gobierno y sociedad, así como asignaturas relacionadas con el lobbying, los derechos de autor y la economía digital. También ha sido profesor visitante del College of Europe de Brujas, en Bélgica y ha participado en distintos proyectos de investigación, como la Berkeley Roundtable on the International Economy en USA.

Sus artículos han sido publicado en prestigiosas revistas especializadas como *Financial Times*, *Business and Politics*, *Business Strategy Review* o *Journal of European Public Policy*, sobre asuntos tan variados como la protección de la privacidad de datos, la telefonía por Internet, **la transformación de la industria de la música** o el rol de China en las nuevas tecnologías.

Ha sido galardonado con el premio al mejor profesor del IE Business School, en 2007, y el premio al autor del mejor caso de estudio, en 2006 y 2009. Es **globalmente reconocido por su teoría sobre el No Mercado**, estrategia que permite a las empresas encontrar oportunidades fuera del mercado para obtener ventajas competitivas.