



El congreso Flúor de Pontevedra bate récords: supera los 700 asistentes en su "edición más especial"



Tras llenar el auditorio de Afundación en Pontevedra, Flúor ha registrado un nuevo éxito de participación este viernes en su nueva propuesta: el Laboratorio Creativo en O Sanatorio Podría interesarte: Flúor se consolida como uno de los mayores eventos de referencia de comunicación y marketing de España. El congreso de comunicación, marketing y creatividad Flúor ha cerrado este viernes su octava edición en Pontevedra, con récord de afluencia. El evento ha superado los 700 asistentes y ha reforzado su posición como punto de encuentro estatal para los profesionales del sector.

Bajo el lema 'El valor de elegir', el congreso ha renovado su formato con una primera jornada en Afundación centrada en ponencias, entrevistas, mesas redondas y casos de éxito, y una segunda este viernes que se ha trasladado por primera vez al espacio cultural O Sanatorio. Allí, se ha ofrecido una experiencia más dinámica.

Keep Watching

Dentro del laboratorio que Apple tiene en el centro de Madrid

En concreto, Flúor ha estrenado su Laboratorio Creativo este viernes, con gran participación en todas sus actividades. Los talleres formativos, las experiencias de networking y las dinámicas de participación se desarrollaron en un ambiente original y dinámico, reforzando el carácter experiencial de esta octava edición.

La mañana ha arrancado con talleres prácticos centrados en creatividad, inteligencia artificial, marca personal, posicionamiento en entornos digitales y copywriting, de la mano de profesionales como Chuwi Chuwal, Lili Lorenzo (Alto Voltaje), Jose Rodríguez (Asomados) y Lis M. Torrón (RECLAM).

La programación se ha completado con una dinámica de networking guiada por Pedro Rodríguez, pensada para activar conversaciones reales entre asistentes, y con un Speed Dating de Talento que



ha puesto en contacto a agencias creativas y estudiantes universitarios en un formato ágil y directo

La clausura ha llegado con la final de la primera Olimpiada de Creatividad, en la que equipos de estudiantes defendieron sus propuestas a partir de un briefing real lanzado por Avlo, marca de Renfe. La iniciativa ha puesto el foco en el talento joven y en la conexión entre el ámbito formativo y el sector profesional , una de las líneas que el congreso quiso reforzar en esta edición.

Capital de marketing y creatividad

Las conversaciones profesionales y entrevistas tuvieron lugar este jueves. Una veintena de personas referentes en el sector ilustraron a estudiantes y empresas sobre las últimas tendencias del marketing y la publicidad . Entre las conferencias, destacaron las intervenciones del Global Chief Creative Officer en Omnicom Advertising, Javier Campopiano ; el director de marca de Renfe, Nacho Padilla ; y la directora de Marketing y Comunicación de [ILUNION](#), Esther Morell.

Junto a estas ponencias, Flúor incorporó dos entrevistas con personalidades ajenas al ámbito más específico del marketing y la comunicación, pero con trayectorias especialmente valiosas para reflexionar sobre la marca, la autenticidad y la conexión con los públicos.

Adriana Domínguez , presidenta ejecutiva de Adolfo Domínguez, compartió la visión de una de las compañías de moda con mayor trayectoria así como los cambios y campañas que llevó a cabo en los últimos años, mientras que Miguel de la Cierva, director de El Náutico de San Vicente, acercó al congreso la experiencia de liderar un proyecto cultural construido desde la identidad y la cercanía.