



INNOVA MKT

II Coloquio de InnovaMarketing Creando valor que conquista

29· mayo·2013

STPS
SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

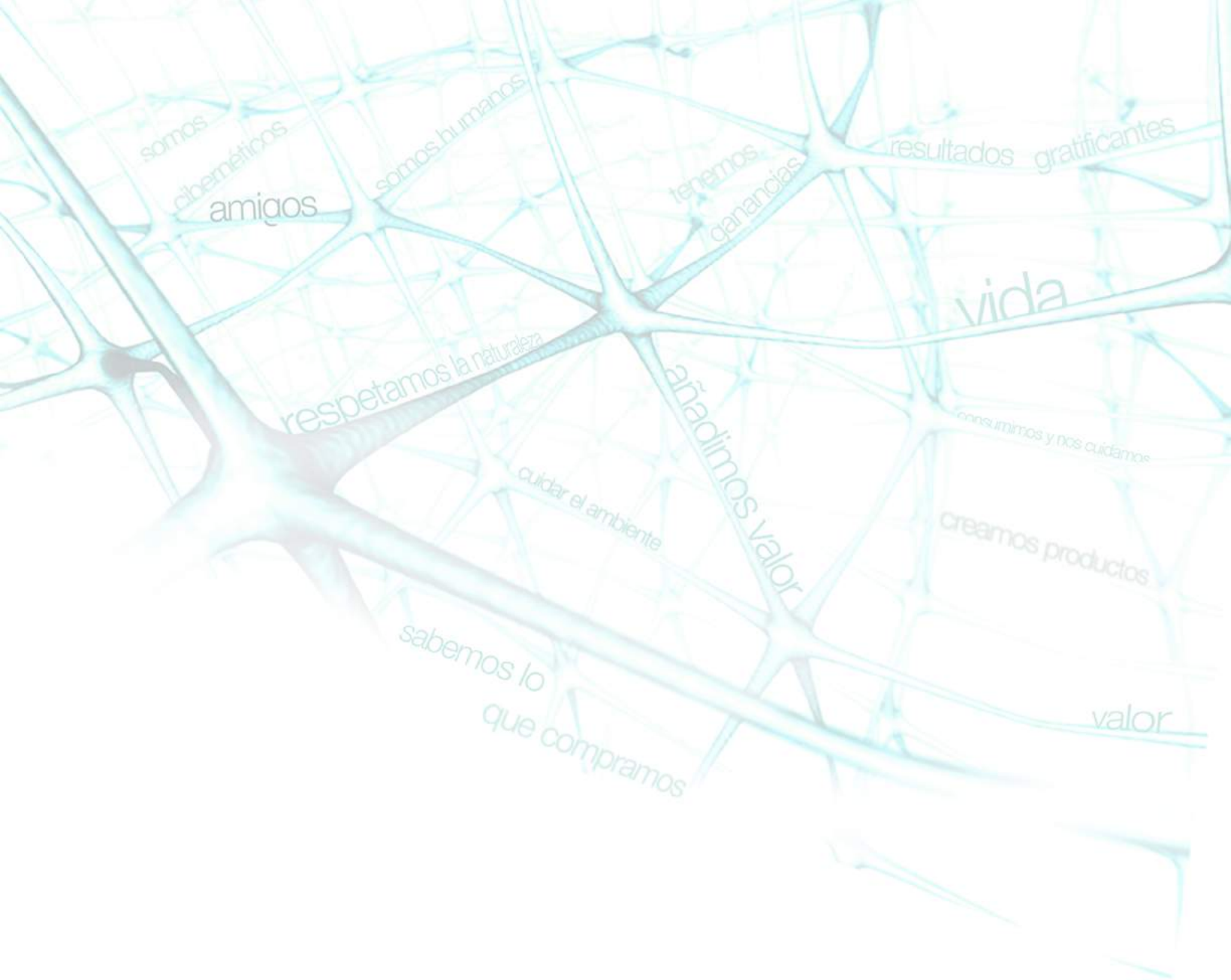


la red
red nacional
para la competitividad
e innovación en el trabajo



Especialidad en
Marketing
Estratégico
en los Negocios

Manpower
manpower.com/mexpyms



¿Qué es el *innovamarketing*?

El *innovamarketing* es la innovación y el *marketing* fusionados, es la última tendencia del *marketing* y su impacto en la sociedad. Temas como el *green marketing*, *inbound marketing*, *human marketing*, *e-marketing*, entre otros, forman parte de este concepto.

En el Segundo Coloquio *Innovamarketing* se abordarán los siguientes temas:

La importancia de los consumidores en esta era del *marketing*. Ahora más que nunca la tendencia del *prosumidor* que opina, genera tendencias, crea campañas publicitarias y de opinión, influye en la toma de decisiones de otros consumidores por medio de la web.

Además se revisará el papel de la innovación en las organizaciones y del *marketing* y su lado humano. Sin dejar a un lado el comportamiento de las organizaciones que han convertido a sus consumidores en sus principales informantes y críticos.

No sólo es importante la innovación, sino que las organizaciones busquen el valor, resultado final de sus inversiones en *marketing* e innovación. El *innovamarketing* propone estrategias de *marketing* para crear valor que conquista. Además, pone en el centro del debate la responsabilidad con el medio ambiente, el valor que humaniza, la colaboración de usuarios por medio del *social media* y otras herramientas digitales para ser competitivos.

Objetivo del coloquio:

Promover las tendencias actuales de *marketing* e innovación enfocadas en generar valor y resultados a las organizaciones y los clientes.

Dirigido a:

Empresarios, académicos y responsables de los departamentos de: *marketing*, innovación atención al cliente, responsabilidad social, creatividad e innovación de servicios.

PROGRAMA

8:30- 9:30	Registro	
9:30- 10:00	Bienvenida	José Adán Ignacio Rubí Salazar, Subsecretario de Inclusión Laboral, STPS.
10:00 - 10:40	"Innovamarketing: instrumento y forma de pensar para crear valor y ventajas competitivas"	Fabián Martínez Villegas Presidente del Instituto mexicano de innovación y estrategia A.C.
10:45 - 11:25	"Green marketing y la historia de las páginas verdes"	Paulina Moreno Sánchez Directora general de Las páginas verdes
11:30 - 12:15	"Human marketing: creando valor que humaniza"	Rodolfo Muñoz Serrano Director de Foro Kreativa
12:15 - 12:30	Sesión de preguntas y respuestas (1ª parte)	
12:30 - 12:45	Receso	
12:45 - 13:30	"Inbound marketing: ¡mejore el ROI de su empresa!"	Miguel Ángel Galicia Director general e-Profit (agencia de marketing digital)
13:45 - 14:30	"Nuevas tendencias del marketing en las MIPYMES"	Laura Fischer de la Vega Catedrática de la UNAM y autora de importantes libros sobre marketing e investigación de mercados
14:30 - 14:45	Sesión de preguntas y respuestas (2ª parte)	

EXPOSITORES Y SINÓPSIS DE SU CONFERENCIA



Fabián Martínez Villegas

Presidente del Instituto mexicano de innovación y estrategia A.C.

Tiene el grado de doctor y maestro por el Instituto Politécnico Nacional. Es licenciado en Contaduría Pública por la Escuela Superior de Comercio y Administración, Sto. Tomás del IPN.

Ha cursado distintos diplomados en las Universidad de Michigan y Sussex, y en la London Business School. También tiene estudios de creatividad e innovación en la Fundación para la Educación Creativa de la Universidad de Buffalo; además ha estudiado con Edward De Bono en la Universidad de Cambridge y con William Gordon en la Universidad de Harvard.

Al doctor Martínez, dentro de su amplia experiencia profesional, le destaca su desempeño en auditoría y consultoría de negocios en Mancera Hermanos S. C., Arthur Young, entre otras firmas. También ha hecho consultoría en *marketing*, comunicación y desarrollo gerencial en Comunicaciones para Alta Dirección S.A. de C.V.; además se ha especializado en el trabajo de calidad en el servicio, ingeniería de servicios, creatividad e innovación, planeación estratégica, liderazgo y gerencia en general.

Ha ocupado diversos puestos como consultor y gerente de consultoría en negocios en el despacho Eduardo Pérez Gavilán S.C. Fue director general en Comunicología Aplicada de México, S.A. donde ha tenido como clientes a Pedro Domecq, Banco Nacional de México, Departamento del Distrito Federal, entre otros.

En 1986 funda su empresa Comunicaciones para Alta Dirección, firma de consultoría en las áreas de *marketing*, comunicación y desarrollo gerencial. Esta empresa ha tenido entre sus clientes al Grupo de Servicio Panamericano de Protección, Pemex, Colegio de Contadores

Públicos de México, Grupo Besser, Bancomer, Comisión Nacional de Aguas, Altos Hornos de México, GSM Express, Servi Express Internacional, Orbe Logística y otras numerosas empresas de nivel mediano a las que se les proporcionó asistencia en *marketing*, comunicación y desarrollo gerencial.

Ha sido profesor visitante con fines de estudio e investigación en empresas de Alemania, Inglaterra, Estados Unidos y China. Ha impartido cátedras a nivel licenciatura, maestría y doctorado en las Escuelas Superior de Comercio y Administración (Tepepan y Sto. Tomás), Escuela Superior de Economía (IPN); Facultad de Contaduría y Administración (UNAM), Centro Nacional de Enseñanza Técnico Industrial, Colegio e Instituto de Contadores Públicos de México entre otras instituciones.

El profesor Fabián ha impartido cursos y conferencias en la mayor parte de los colegios del interior de la república mexicana (afiliados al Instituto Mexicano de Contadores Públicos de México), en asociaciones profesionales, congresos internacionales y empresas tanto del sector público como privado. A nivel nacional e internacional ha sido catedrático en temas de calidad en el servicio (ingeniería de servicios), creatividad e innovación, *marketing*, planeación estratégica, liderazgo y gerencia en general.

Fabián Martínez es autor de once libros, entre los que destacan: *El ejecutivo en la empresa moderna*; *Cómo desarrollar la creatividad gerencial*; *La biblia: manual de excelencia gerencial*; *La biblia: el tratado de liderazgo efectivo*; *Reingeniería de procesos de negocios y Planeación estratégica creativa*. Su libro *Ingeniería de servicios para crear clientes satisfechos* editado por McGraw-Hill, fue traducido al inglés y con excelente aceptación en México y Estados Unidos.

Es autor y profesor titular de Creatividad e innovación de la Especialidad en Marketing Estratégico en los Negocios, impartida por la Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Tepepan del Instituto Politécnico Nacional.

INNOVAMARKETING, INSTRUMENTO Y FORMA DE PENSAR PARA CREAR VALOR Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Los mercados actuales tienen una característica por demás importante: déficit de atención de clientes, usuarios de productos y servicios y público en general. Para superar esta barrera, el *innovamarketing* es una respuesta. En efecto, el *innovamarketing* integra la innovación y el *marketing* como modelo de comunicación para desarrollar productos y servicios, tratándolos como

vehículos de mensajes con valor superior para llevarlos como propuestas al mercado y que influyan favorablemente en las percepciones de clientes y público en general. De esta manera, el innovamarketing no es sólo una disciplina, sino algo más importante: una forma particular de pensar en el ámbito de los negocios.



Paulina Moreno Sánchez
Directora general de Las páginas verdes

Es licenciada en mercadotecnia por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y cuenta con una especialidad en mercadotecnia de arte y cultura por el Claustro de Sor Juana.

Es directora general de Las páginas verdes desde 2009, organización social dedicada a la vinculación de proveedores verdes con el consumidor final, así como a la difusión por un consumo sustentable.

Comenzó su carrera trabajando en L'Oréal México dentro de la división de productos de lujo, más tarde fue gerente de mercadotecnia en una importante revista de moda donde paralelamente trabajó en proyectos culturales y sociales como recaudadora de fondos. Entre sus otras labores está haber colaborado para: Avancemos Ashoka promoviendo la diversidad de género, Colectivo El Bunker, Fondo María para la justicia social y la marca de lonas recicladas Rechulaje.

En los últimos años ha participado como conferencista de diversos congresos como el Foro de Inversión de Impacto 2010, Green Solutions 2011, Foro Negocios Sustentables UTEQ, Foro de Sustentabilidad de la Universidad Anáhuac, TED San Luis Potosí 2012, Foro de Conciencia Energética Ambiental de la UVM, entre otros.

Actualmente además de dirigir Las páginas verdes es colaboradora con una columna en el periódico Entorno Político y ha escrito artículos relacionados con consumo sustentable para publicaciones como *Chilango*, *Código* y *Milenio*.

GREEN MARKETING Y LA HISTORIA DE LAS PÁGINAS VERDES

Esta ponencia expondrá:

- La experiencia y resultados de Las Páginas Verdes, organización que engloba a más de 2500 empresas verdes en México en la promoción del consumo sustentable.
- Las Páginas Verdes como caso de éxito de New Ventures México y la relevancia que ha adquirido para el consumo sustentable y las empresas verdes.
- Las claves del *green marketing* de acuerdo con la experiencia de Las Páginas Verdes.
- El consumo sustentable en Latinoamérica y Estados Unidos, el paradigma del consumidor verde.



Rodolfo Muñoz Serrano

Director de Foro Kreativa

Facilitador, conferencista, consultor y *coach* creativo. Cuenta con más de 39 años de experiencia empresarial y académica.

Autor de los libros: *¡Otra maldita junta nooo!*, *De la crisis a la innovación total ISO 1,000,000*, *Coaching creativo para un liderazgo innovador y humanista*.

Actualmente escribe el libro: *Los diez pecados capitales en la capacitación y en la educación*.

Fue director de soporte a sistemas de calidad en Colgate Palmolive, donde colaboró quince años. Fue presidente y ahora es miembro del Consejo Consultivo de la Asociación mexicana de creatividad (Amecrea).

Es licenciado en administración de empresas. Diseñó y cursó lo que él considera su “especialidad permanente de aprendiz de filósofo, mercadólogo *funky* y *coach* creativo en innovación humanista transversal” mediante ocho diplomados multidisciplinares: finanzas, mercadotecnia, artes visuales, culturas juveniles, historia y estudios mexicanos, diagnósticos organizacionales y creatividad e innovación.

Fue músico rockero y ha cursado más de 70 seminarios y talleres que incluyen: teatro, surrealismo, liderazgo, psicodrama clásico, creatividad poética, creación literaria, cartografía del pensamiento occidental, educación y valores contemporáneos, desarrollo de equipos innovadores, entre otros.

Algunos de sus clientes son: Pemex, IMP, CFE, Volkswagen, Fandeli, Gates de México, Nissan, Charly, Dacomsa, Grupo Lala, PepsiCo, Eli Lilly, TV Azteca, Bimbo, Casa Cuervo, Cadbury Adams, IMSS, Nestlé, Sabritas, Gamesa, Jugos del Valle, Holcim Apasco, Holderbank, Vips, ADO, Price Water House-Coopers, McCormick, Bital, entre muchos otros.

Algunos clientes en el campo educativo: UNAM, Tec de Monterrey, Universidad Lasalle, ITAM, Universidad Anáhuac, Universidad de León, Universidad de Guanajuato, UVM, UAM, IPN, Icret, Inroads de México, Conalep entre otros.

HUMAN MARKETING: CREANDO VALOR QUE HUMANIZA

Hoy, más que nunca, las actividades empresariales están en la lupa del análisis y la innovación socialmente responsable. Del error, la omisión, el egoísmo, el miedo y el desencanto, transformados en aprendizajes corporativos de innovación humanista están surgiendo los nuevos modelos de negocios, liderazgos, principios y metodologías de diseño, producción, comunicación y venta de los productos y servicios. Es la era del diseño empático socialmente responsable. La era del *human marketing*.

En esta conferencia se tratarán tres corrientes del *marketing humano*: del *homo consumans* al *homo empathicus poeticus*, los elementos “suaves” de la organización empática, el lado humano del marketing y los principios del diseño empático de procesos y productos innovadores que generan mayor valor emocional, social, ecológico y económico.



Miguel Ángel Galicia Fernández

Director General e-Profit (Agencia de Marketing Digital)

Cursó la Licenciatura de Administración de Empresas en la UNAM con mención honorífica. Fue becado en la carrera de Ingeniería en Sistemas por IBM de México. Cursó diplomados en finanzas y alta dirección en el Tec de Monterrey. Además ha hecho cursos de especialización en planeación estratégica de ventas y mercadotecnia en las universidad de Berckley, Buenos Aires, y en PeopleSoft, California. Fue certificado como consultor en Mercadotecnia digital con WSI en Toronto Canadá y obtuvo la certificación como compañía de servicios de *inbound marketing* de parte de Hub Spot.

Creó y dirige la empresa e-Profit, agencia especializada en *inbound marketing*. Esta organización ayuda a empresas medianas y grandes a incrementar sus ingresos a través de la definición de su estrategia, plan de *marketing* digital y la ejecución del proyecto. Dentro de sus clientes destacan: Epson, Saba e-Learning y Kronos.

e-Profit es la primera empresa mexicana en asesorar a compañías latinoamericanas a adaptarse al nuevo ciclo de compra de los clientes utilizando medios digitales como *blogs*, redes sociales, páginas de destino, manejo de contenido, *e-mail marketing*, campañas de *lead nurturing*, inteligencia de prospectos e integración con el CRM.

Como experiencia laboral, trabajó diecisiete años para Hewlett Packard, ocupando puestos de ventas, gerencia y alta dirección. Con PeopleSoft fue director de mercadotecnia y ventas en América Latina, donde integró dos canales de venta: ERP (PeopleSoft) y de CRM (Vantive). También participó como socio con el Var más importante de Europa: Columbus IT.

Como conferencista ha participado en diferentes eventos, países y lugares de México, Argentina, Chile, Miami, Perú, Venezuela, Guatemala, el Salvador y Honduras.

Entre sus reconocimientos más importantes cuenta con el premio de President's Club, el premio internacional más importante de HP. Fue el embajador para representar a México en la celebración de los 50 años de HP. Con SAP obtuvo los mejores resultados en la responsabilidad de alianzas desarrollando negocio con Accenture, IBM y HP.

INBOUND MARKETING: ¡MEJORE EL ROI DE SU EMPRESA!

México ha realizado importantes cambios estructurales para darles una mejor condición de vida a las familias mexicanas. ¡Y son las pymes el motor para la creación de empleos y generación de riqueza! Pero, ¿están preparadas las pymes para atender los cambios del mercado y ser más rentables? La respuesta a esta pregunta puede ser *inbound marketing*.

La conferencia permitirá a los asistentes conocer cómo cambió el mercado, qué es inbound marketing y qué herramientas utiliza; cómo se posicionan y complementan con los servicios hacia los procesos de negocio, cómo mejorar el ROI y qué resultados han obtenido *marketers* en más de 128 Países.



Laura Fischer de la Vega

Autora de libros de marketing e investigación de mercados aplicados a México

Doctora en Ciencias Sociales y Administrativas por la Universidad Chapultepec, maestra en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y licenciada en Administración de Empresas por la Facultad de Contaduría y Administración de la misma casa de estudios.

Colabora en la Secretaría de Planeación de la Facultad de Contaduría y Administración UNAM, desarrollando proyectos educativos. Es miembro fundador de la Academia de Profesores de Mercadotecnia.

Se ha desempeñado como conferencista en diversas partes de la república mexicana.

Es autora y coautora reconocida en todo México y América Latina de libros de mercadotecnia: *Mercadotecnia, Introducción a la investigación de mercados, Investigación de mercados, teoría y práctica y Casos de marketing.*

Ha sido Profesora invitada en diferentes seminarios en el extranjero (Honduras, Ecuador, Bolivia, Nicaragua, Guatemala, República Dominicana, Panamá y Venezuela).

Como distinciones ha recibido el premio al mérito docente por el CONLA, premio Sor Juana Inés de la Cruz por la UNAM, y la Facultad de Contaduría y Administración la propuso como candidata al premio Universidad Nacional.

Ha sido coordinadora de mercadotecnia de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM de 1979 a 1991 y de 1995 a 1998.

Fue subdirectora de mercadotecnia de la Dirección General de Información de la UNAM de 1998 a 2000

Directora del despacho de Investigación de Mercados y de Mercadotecnia Emcapta S.A. DE C.V. de 1991 a 1994.

NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING EN LAS MIPYMES

El *marketing* de guerrillas, la administración de la relación con los clientes, el *marketing* viral y el *marketing* digital son sólo algunas de las nuevas tendencias del *marketing*; de qué forma éstas pueden ser utilizadas de manera exitosa por las mipymes, es el tema a tratar en la conferencia.



Sede : Auditorio de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social,
Periférico Sur 4271, Edificio "B", Col. Fuentes del Pedregal
Delegación Tlalpan, C.P. 14149, México, D.F.

Informes: **Secretaría del Trabajo y Previsión Social** IPN, ESCA Tepepan, Posgrado virtual
(55) 2000.5100 ext. 3519 y 3589 (55) 5729.6000 ext. 73626-8

