



II Coloquio de InnovaMarketing
Creando valor que conquista
29 · mayo · 2013



Reporte Final del II Coloquio de Innovamarketing

Fecha

29 de mayo de 2013

Sede

Auditorio de Oficialía Mayor 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.

Objetivo

Promover las tendencias actuales de marketing e innovación enfocadas a generar valor que conquista a los clientes y mejorar los resultados para las organizaciones.

Metodología

Con base en las tendencias actuales del tema, el Segundo Coloquio de Innovamarketing se integró de cinco conferencias. Se revisó el papel de la innovación en las empresas y del marketing y su lado humano, sin dejar de lado el comportamiento de las organizaciones que han convertido a sus consumidores en sus principales informantes y críticos. Además, la responsabilidad con el medio ambiente, el valor que humaniza, la colaboración de usuarios por medio de *social media* y otras herramientas digitales para ser competitivos estuvieron en la mesa de debate.

Dirigido a

Empresarios, académicos y responsables de los departamentos de marketing, innovación, atención al cliente, responsabilidad social, creatividad e innovación de servicios y productos, así como público en general interesados en el tema.



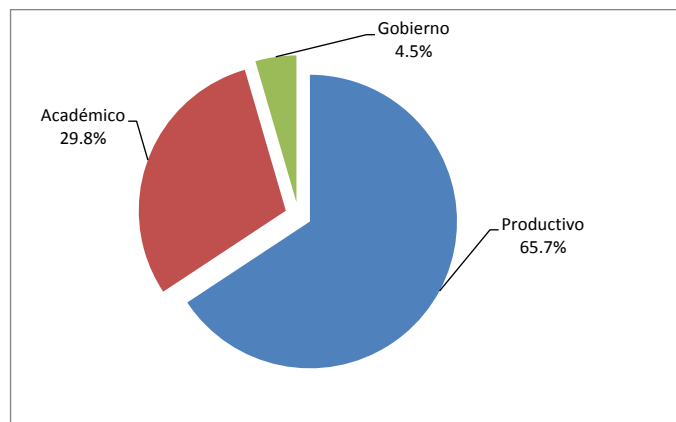


Perfil de asistentes

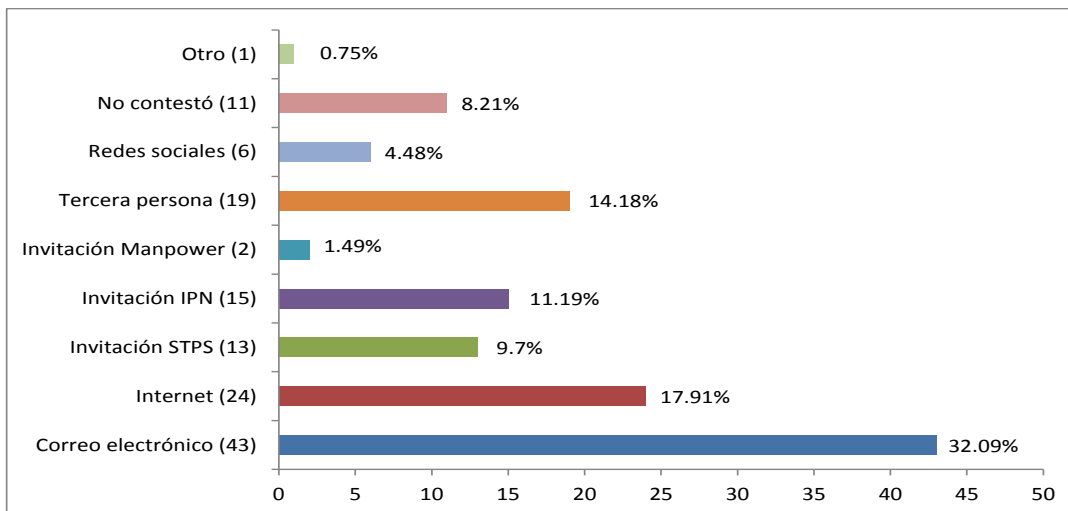
Se contó con la asistencia de 200 personas, provenientes de los sectores:

Sector	%
Productivo	62.0
Académico	33.2
Gobierno	4.8
Total	100

Del total de asistentes, contestaron la encuesta 134 personas con la siguiente distribución:



Medio por los que se enteraron



Cabe destacar que la difusión del evento se realizó principalmente a través de la STPS, vía correo electrónico.



II Coloquio de InnovaMarketing

Creando valor que conquista
29· mayo· 2013



Encuesta de opinión

Se evaluó en una escala del 1 al 5, donde

- 5 es Excelente
- 4 es Muy Bueno
- 3 es Bueno
- 2 es Deficiente
- 1 es Muy Malo

Los factores a evaluar del evento fueron:

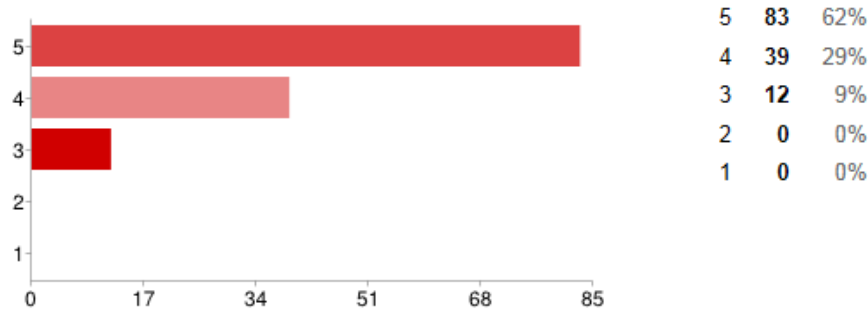
1. Organización del evento
2. Claridad de las exposiciones
3. Dinámica de grupo
4. Conducción de los expositores
5. Motivación e interés de los asistentes
6. Utilidad de los contenidos
7. Duración del evento
8. Horario
9. En general el evento le pareció





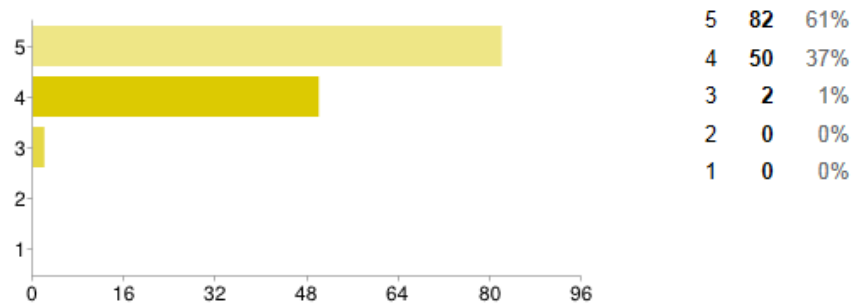
Gráficas de la Encuesta de Opinión

1. Organización del evento



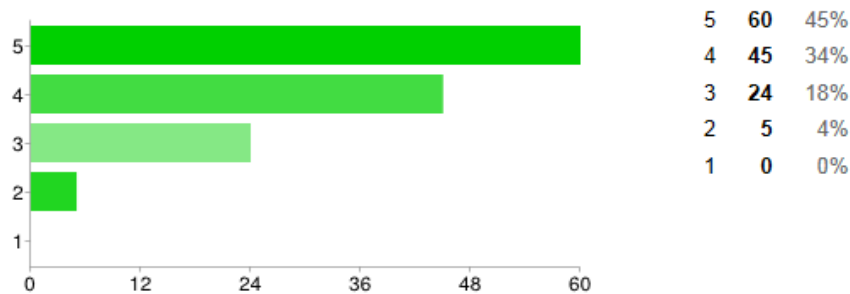
Calificación Promedio: 4.53

2. Claridad de las exposiciones



Calificación Promedio: 4.67

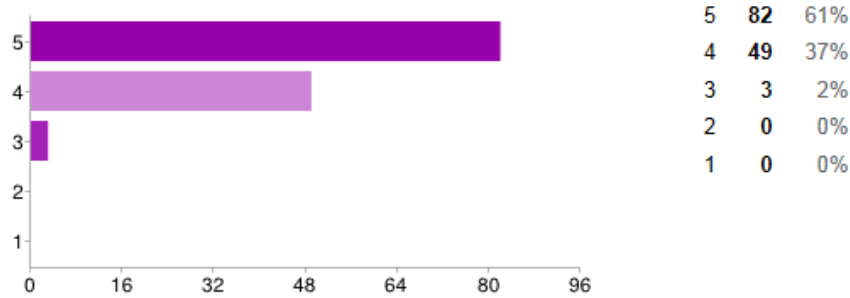
3. Dinámica de grupo



Calificación Promedio: 4.19

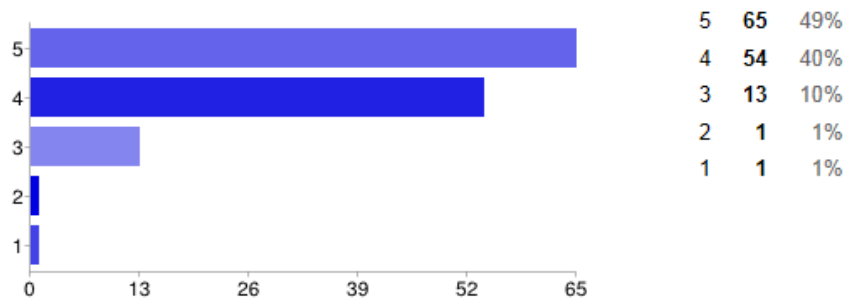


4. Conducción de los expositores



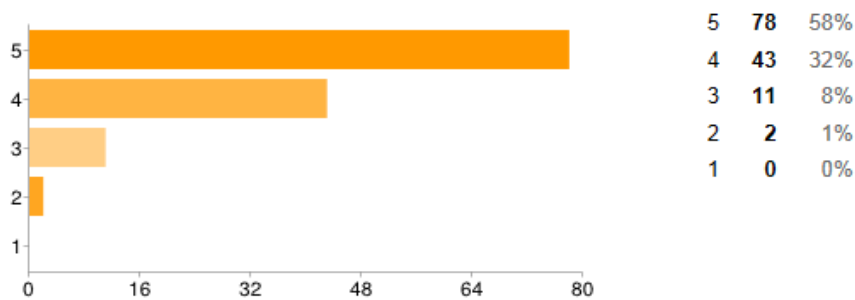
Calificación Promedio: 4.59

5. Motivación e interés de los asistentes



Calificación Promedio: 4.35

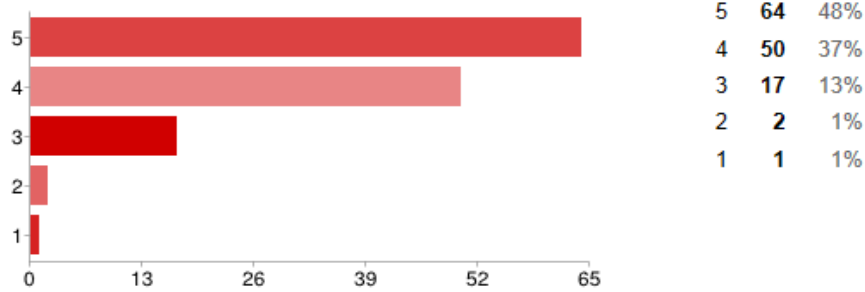
6. Utilidad de los contenidos



Calificación Promedio: 4.47

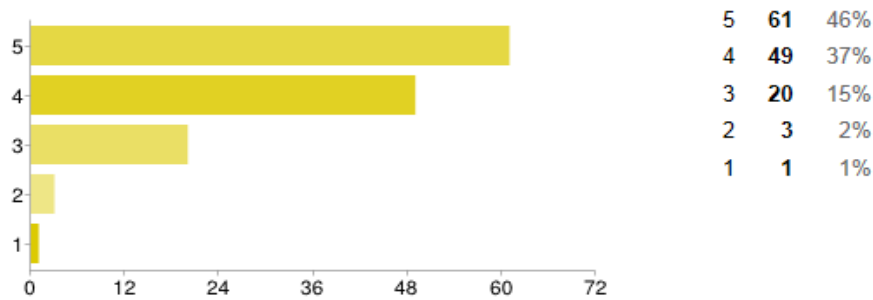


7. Duración del evento



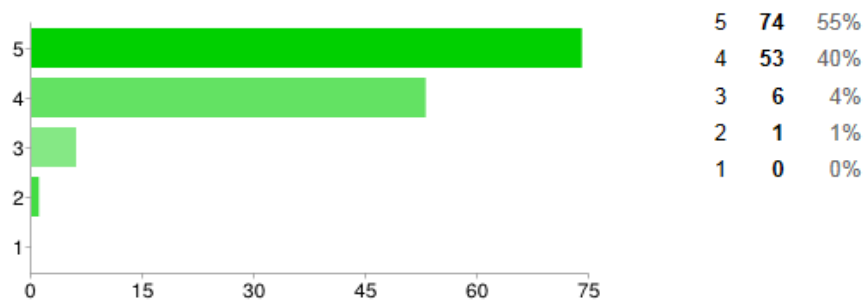
Calificación Promedio: 4.3

8. Horario



Calificación Promedio: 4.24

9. En general el evento le pareció



Calificación Promedio: 4.49



II Coloquio de InnoMarketing

Creando valor que conquista
29 · mayo · 2013



Comentarios

En general, se consideró que fue un evento con expositores de calidad. Algunas recomendaciones se relacionan con:

- Realizar más eventos, con temas diversos y con mayor frecuencia
- Dar un enfoque más práctico a las temas
- Promover talleres para la aplicación de conceptos
- Mayor duración a las exposiciones
- Proporcionar más tiempo para preguntas y respuestas
- Respetar los tiempos del programa
- Compartir las ponencias vía electrónica o por web
- Revisar horario para iniciar más temprano o realizarlo vespertino
- Proporcionar un directorio de los asistentes y ponentes
- Dar mayor difusión en medios a este tipo de eventos
- Replicar el evento en el centro y en el norte
- Planear los eventos en lugares más accesibles
- Cuidar aspectos técnicos para prevenir fallas en el volumen del sonido
- Segmentar al público para que se aproveche mejor

Resumen

En general el evento fue evaluado como “Muy bueno” tendiendo a “Excelente”, pues las calificaciones promedio fluctuaron entre 4.19 y 4.67. Los factores más bajos fueron: Dinámica de Grupo (4.19), Horario (4.24) y Duración del evento (4.3), debido a que prácticamente no hubo ejercicios, salvo en una conferencia y los tiempos para preguntas y respuestas se consideraron reducidos; así mismo, se recomendó otorgar más tiempo a las conferencias.

Se compila la información de las ponencias para que sean puestas a disposición de los asistentes en el Banco de Buenas Prácticas de Innovación Laboral de la STPS. Asimismo, se realizó grabación del evento para su réplica vía internet, a fin de ampliar su alcance.

Muchos de los asistentes agradecieron la invitación, calificaron de muy buena la organización del evento y excelente calidad de los ponentes, así como actualidad en el contenido de las exposiciones. El tema lo consideraron relevante y sugieren se incluyan otros aspectos como: social media, marketing sensorial y para gobierno con un enfoque de satisfacción de usuarios.

