



- 08:30 a 9:00 hs - Acreditación
- 9:00 a 9:10 hs - Apertura de la 2ª Jornada Regional de Marketing. *Casos Exitosos de Marketing*. Organizadas por la Comisión de Marketing & Management del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta y la Facultad Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta.
- 9:10 a 9:20 hs - Bienvenida por el CPCEsLa. a cargo del Cr. Oscar Briones, Presidente del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta.
- 9:20 a 9:30 hs - Bienvenida por la Universidad Católica de Salta a cargo de la Ing. Desirée D´Ambrosio, Decana de la Facultad Escuela de Negocios.
- 9:35 a 9:45 hs - Bienvenida por la Comisión de Marketing & Management, a cargo de la Lic. Cristina Manjarrés, integrante de la Comisión.
- 9:45 a 10:45 hs - **HISTORIAS DE MARKETING | DIB CHAGRA ADRIÁN ANTONIO | Licenciado en Administración**
 - **Historias de Marketing comenzando por su propia historia:** Desde hace muchos años, el marketing está entre nosotros y llegó para quedarse. Para algunos, como una herramienta de enorme utilidad para el bienestar público y privado. Para otros, como un instrumento perverso destinado a la creación o exacerbación de necesidades. Situándonos en la primera de estas posiciones pero sin renunciar a una visión crítica, abordaremos una serie de historias de marketing que comienzan por su propia historia y desembocan en los días en que usamos las neurociencias para intentar descifrar la casi inexpugnable mente de los consumidores. Algunas de estas historias nos muestran, también, cómo nos equivocarnos si nos olvidamos del contexto en el que nos desenvolvemos. Y otras nos hablan de responsabilidad social y de empresarios irresponsables, de compradores satisfechos y de insatisfechos enojados, como no podía dejar de ocurrir en el abordaje de un marketing limpio que a veces se mancha.



- 10:45 a 11:00 hs – Rueda de preguntas
- 11:00 a 11:30 hs - *Coffee break*
- 11:30 a 12:30 hs - EL CASO TELECOM PERSONAL | KODENCZYK, DANIELA | Licenciada en Comercialización
 - El desafío para Personal radicó en crear una nueva identidad visual representándola en todas sus dimensiones y manifestando el concepto de Cada Persona es un Mundo: El celular se ha convertido en un testigo y un testimonio del mundo explorado por cada persona, una suerte de cartografía emocional de sus experiencias. El cual siempre está con uno y literalmente a mano, generando la posibilidad de una expresión de lo personal continuamente posible. Los celulares son una muestra viva del mundo que cada uno viene transitando y eso es lo que se expresó a partir del concepto de Cada Persona es un Mundo. La necesidad de que la marca en su conjunto transmita esto era inminente. La nueva identidad visual debía expresar el concepto de marca construido. “El desafío para Personal radicó en crear una nueva identidad visual representándola en todas sus dimensiones y manifestando el concepto de Cada Persona es un Mundo”
- 12:30 a 12:45 hs – Rueda de preguntas
- 12:45 hs a 15:00 hs – Receso
- 15:00 hs a 16:00 hs - EL CASO MAM’S & BABY’S | FRATICELLI, FAVIO | Licenciado en Administración | Contador Público | Master en Management y Marketing Estratégico de la UCES.
 - Detectar una oportunidad, pegar primero y ejecutar de manera brillante: El proyecto *Mam’s & Baby’s* nació hace más de 12 años, alumbrado por dos mujeres de Buenos Aires, emprendedoras y madres de 4 y 2 hijos, respectivamente. En sus orígenes, el pequeño emprendimiento tuvo como producto para la venta una revista llamada *Mum’s*, que circuló durante casi 8



años. En dicha revista, las empresas que compraban espacios publicitarios comenzaron a proponer la implementación de *inserts* para realizar acciones de *sampling*. Es a partir de allí que el proyecto se transformó en un exitoso programa de relacionamiento que llegó a facturar más \$ 700 mil por año (a valores del año 2004). La simpleza de su idea fuerza y la excelencia en la implementación fueron los argumentos principales que le dieron el Premio Mercurio en 2005.

- 16:00 a 16:15 hs – Rueda de preguntas
- 16:15 a 17:15 hs - EL CASO GRANJA TRES ARROYOS | GONZALEZ IGLESIAS, DANIEL | Licenciado en Comercialización
 - ¿El huevo o la gallina?: Una empresa con gran trayectoria comenzó a atravesar una cruda realidad por la situación de la industria avícola en los últimos años, tanto por las condiciones de comercialización en el mercado interno como en la exportación, todo lo cual produjo una sensible caída de los márgenes del sector. Esto llevó a generar un planteo estratégico y desarrollar nuevas alternativas para que el negocio volviera a prosperar. Este es un caso que involucró a toda una Compañía, no sólo a una línea o un producto; por lo que se analiza todo el Proceso que en la avicultura incluye a la crianza, la alimentación, la producción y comercialización. Este caso ganador del Premio Mercurio es ampliamente difundido como caso de estudio en las Universidades más importantes del país y de Sudamérica.
- 17:15 a 17:30 hs – Rueda de preguntas
- 17:30 a 18:00 hs - *Cofee break*
- 18:00 a 19:00 hs - EL CASO TURISMO SALTA | MINTZER, IRENE CECILIA | Licenciada en Administración | Contadora Pública
 - “Salta, linda y turística”: En el año 2002 la Secretaría de la Gobernación de Turismo de la Provincia de Salta ganó por primera vez el Premio Mercurio de la Asociación Argentina de Marketing. El caso presentado fue el «Plan

Página 3 de 4



Estratégico de Marketing Turístico de Salta». Eran tiempos difíciles. La crisis del año 2001 había fracturado a la sociedad argentina, los bolsillos estaban flacos y, para colmo de males, el atentado a las torres gemelas en Nueva York había significado un golpe tremendo para el turismo internacional. La mayoría de los viajeros se mostraban cautos a la hora de elegir los destinos y Argentina sufría una inestabilidad que no seducía a nadie. En contraposición, el país empezaba a mostrar una ventaja en el tipo de cambio que, según presumíamos, podía mantenerse durante cierto tiempo. Dentro de Argentina, Salta estaba posicionada como un destino deseable para vacacionar en invierno, pero registraba una marcada estacionalidad en la demanda, tenía problemas tanto de infraestructura como de servicios y adolecía de una imagen de sitio “aburrido”, para viejos. ¿Qué hacer ante esas circunstancias? La respuesta fue este plan.

- 19:00 a 19:30 hs – Rueda de preguntas
- 19:30 a 20:00 hs – Acto Clausura