



UNIVERSIDAD
Panamericana



Programa
ESTRATEGIA DE VENTAS B2C/B2B
e Inteligencia Creativa



Información General



4 de marzo de 2025



10 SEMANAS
Online Sincrónico

*Una sesión de dos horas a la semana
(los martes 18:00 a 20:00 hrs)*

Total 40 horas
20 horas de sesiones en vivo
20 horas de prácticas y lecturas en casa



MXN\$38,499



UNIVERSIDAD
Panamericana®

Propósito:

Potenciar las habilidades de Dirección y Ejecución de Ventas comprendiendo a fondo la Inteligencia Creativa y los principales factores estratégicos y biológicos que influyen en la toma de decisiones propias, de los equipos y del cliente.

Dirigido A:

- Directivos en todas las áreas y niveles.
- Ejecutivos en las áreas comerciales y ventas.
- Emprendedores.
- Vendedores.
- Estrategas.
- Profesionales interesados en la creatividad.
- Cualquier persona interesada en comprender la biología del comportamiento humano.

Durante este Programa:



Desarrollarás Estrategias de Ventas B2C y B2B de alto nivel.



Comprenderás y conectarás las fuerzas inconscientes que motivan el comportamiento.



Conocerás las tácticas que utilizan algunas de las empresas más importantes del mundo con casos documentados por Harvard Business School.



Identificarás y correlacionarás los sesgos y condicionamientos biofísicos, genéticos, neurobiológicos y psicológicos.



Identificarás las variables biológicas principales que influyen en la percepción de valor y toma de decisiones.



Optimizarás las prácticas para crear retornos de inversión.



Valor Agregado:

- Aprender con el Método del Caso
- Validar ideas y generar Networking.
- Inmersión a los modelos ©Bio-Inteligencia Estratégica e ©Inteligencia Creativa.



Metodología:

- Sesión Teórico-Estratégica
- Sesión Práctica (Presentación de un Caso por Sesión)

Expertos:



Juan Carlos Chavez

Profesor de Creatividad y Bioeconomía. Director de G8D Group, agencia asesora con importantes cuentas nacionales y transnacionales.

Autor de:

- 1) Bioeconomía e Inteligencia Directiva (2023)
- 2) ©Inteligencia Creativa (2022)
- 3) ©Multi-Ser en Busca de Sentido
¿Por qué deseamos? (2021)
- 4) ©Psico-Marketing (2020)
- 5) Creatividad: el arma más poderosa del Mundo (2019)



Carlos Chavez

Profesor Decano en el IPADE, consultor, conferencista, experto especialista en estrategia y autor de :

- 1) Más de 50 casos académicos
- 2) Bioeconomía e Inteligencia Directiva (2023)

Universidad Panamericana Excelencia académica

- ★ THE - World University Rankings
2da. mejor universidad privada de México
- ★ QSRanking
2da. mejor universidad privada de México



Expertos Invitados:

Dr. José Antonio Lozano Díez - Doctor en Derecho y profesor universitario. Presidente de la Junta de Gobierno de la Universidad Panamericana - IPADE

Rodrigo Riveroll - Director General de Sports World. Ex-director general de Starbucks, Domino's Pizza y Elektra.



Constancia

Al concluir satisfactoriamente el programa, los participantes son reconocidos con una constancia oficial de conclusión de estudios respaldada por la **UNIVERSIDAD PANAMERICANA.**



Learning Path:

1. MOTIVADORES GENÉTICOS, NUEVAS ESTRATEGIAS DE VENTAS Y CASO MERCEDES-BENZ

Temas Fundamentales:

Introducción al modelo de Inteligencia Creativa, condicionamientos filogenéticos en la toma de decisiones y nuevas estrategias de ventas.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de la codificación genética en la toma de decisiones y logre conectarla con desarrollos de estrategia de ventas.

Recursos y lectura:

• Chávez Solís, C., & Manríquez Delgado, J. (2020). *Mercedes-Benz 2030*. Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE).

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

2. CONECTA CON EL INCONSCIENTE, CREACIÓN DE VALOR, DIRIGIENDO A LA FUERZA DE VENTAS Y CASO OLYMPIA

Temas Fundamentales:

Hermenéutica de la consciencia, sistematización psicológica humana y meta-valores.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia del inconsciente, preconscious y consciente en la toma de decisiones y lo relacione con la dirección de equipos de ventas.

Recursos y lectura:

• Céspedes, F. V., & Shapiro, B. P. (2008). *Olympia Machine Company, Inc.* (Versión en español del caso HBS número 9-708-490). Harvard Business School.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

3. VENDE EMOCIONES Y CASO HARLEY-DAVIDSON

Temas Fundamentales:

Neurobiología de las emociones.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia primaria de las emociones en la toma de decisiones.

Recursos y lectura:

• Fournier, S., McAlexander, J., Schouten, J., & Sensiper, S. (2000). *Harley-Davidson Posse Ride: Crear comunidad de marca* (Versión en español del caso HBS número 9-501-015). Harvard Business School.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

4. ECONOMÍA CONDUCTUAL, COMBINANDO B2B Y B2C EN PYMES Y CASO IGUANA FIX

Temas Fundamentales: Sesgos y condicionamientos psicológicos y tácticas B2B y B2C.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de los sesgos y condicionamientos psicológicos en la toma de decisiones y reconozca la oportunidad de alinear estrategias B2B y B2C.

Recursos y lectura:

• Céspedes, F. V., Eisenmann, T. R., Miguel, M. F., & Urdapilleta, L. (2018). *IguanaFix*. Harvard Business School.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

5. EL PODER DE UN PROPÓSITO, INBOUND MARKETING Y CASO QWALTRICS

Temas Fundamentales:

Condicionamientos biofísicos y del Inbound Marketing a la venta personal.

Objetivo: Que el participante identifique la potencia de un Propósito –que defiende un bien mayor– en el proceso de toma de decisiones y lo utilice para reforzar sus estrategias de Marketing y Ventas.

Recursos y lectura:

• Chung, D. J., & Lattin, J. M. (2018). *Qualtrics (A)*. Harvard Business School.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

6. PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA, EL SECRETO DE LA MEMORIA, STORY-TELLING Y CASO SUPER BOWL

Temas Fundamentales:

Mecanismos cognitivos psicológicos, Neurobiología de la Memoria y construcción de narrativas.

Objetivo: Que el participante identifique los mecanismos psicológicos fundamentales con los que la mente opera, las variables principales que generan recuerdos a largo plazo y las características de una narrativa impactante para vender.

Recursos y lectura:

• Santana, S., & Avery, J. (2019). *Super Bowl Storytelling*. Harvard Business School.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

7. CREATIVIDAD APLICADA, VENTAS B2C Y CASO LIBRERÍAS GANDHI

Temas Fundamentales:

Creatividad aplicada, Comunicación y Branding.

Objetivo: Que el participante comprenda qué es la creatividad, cómo desarrollarla y cómo aplicarla en tácticas de ventas.

Recursos y lectura:

• Chávez Solís, C., & Torres Padilla, M. G. (2007). *Librerías Gandhi*. Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE).

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

8. INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EQUIPOS COMERCIALES Y CASO PEOPLEFIRST

Temas Fundamentales:

Neurobiología de las emociones y manejo de equipos.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de las emociones para motivar equipos comerciales.

Recursos y lectura:

• Teckchandani, A. (2020). *PeopleFirst Inc.: Un empleado estrella pero un gerente terrible*. Ivey Business School.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

9. MARKETING HUMANO Y CASO PORSCHE

Temas Fundamentales: Psicología, Marketing y Ventas.

Objetivo: Que el participante identifique los fundamentos psicológicos modernos en los procesos de toma de decisión con relación al Marketing y las Ventas.

Recursos y lectura:

• Parise, S. (2024). *Cómo puede aprovechar un fabricante de vehículos eléctricos (EV) de lujo: Escucha social*. Babson College.

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

10. RESUMEN CONCEPTUAL, BIOEUALIZACIÓN Y ESTRATEGIA DE VENTAS

Temas Fundamentales:

Alineación de la Estrategia a los motivadores biológicos humanos.

Objetivo: Que el participante identifique los motivadores biológicos principales que influyen en la toma de decisiones y los aplique en la Estrategia de Ventas.

Recursos y lectura:

• Chávez, J. C. (2022). *Inteligencia creativa*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, J. C. (2020). ©*Psico-Marketing*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

• Chávez, C. & Chávez, J. C. (2023). *Biointeligencia estratégica*. Bio-intelligence & Creativity Institute.

11) SEMINARIO: BIO-INTELIGENCIA ESTRATÉGICA Y DESARROLLO HUMANO

Biointeligencia Estratégica

*powered by BioIntelligence & Creativity Institute

- Condicionamientos conductuales genéticos y neurobiológicos
- Los fundamentos de la comunicación y el valor
- Tácticas de Posicionamiento
- Estrategia de Comunicación y Campaña Maestra
- Variables fundamentales de un modelo de negocio

- Desarrollo Humano

*Powered by Wakee

UNIVERSIDAD

Pana
meri
cana

Programas de
formación ejecutiva

Educación
Continua



UNIVERSIDAD

Panamericana