



UNIVERSIDAD  
Panamericana



Programa  
**ESTRATEGIA DE VENTAS B2C/B2B**  
e Inteligencia Creativa



## Información General



**21 de mayo de 2024**

---



**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:

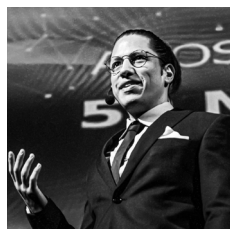
- Aprender con el Método del Caso
- Validar ideas y generar Networking.
- Inmersión a los modelos ©Bio-Inteligencia Estratégica e ©Inteligencia Creativa.



## 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) INTELIGENCIA CREATIVA Y CASO FERRARI

**Subtema:** Introducción al modelo *Inteligencia Creativa*, condicionamientos filogenéticos en la toma de decisiones y desarrollo de concepto.

**Objetivo:** Que el participante identifique la influencia de la codificación genética en la toma de decisiones y logre conectarlo con desarrollos de concepto creativos.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Ferrari*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.

### 2) CONECTA CON EL INCONSCIENTE Y CASO RED BULL

**Subtema:** Hermenéutica creativa, sistematización psicológica humana y valores sublimados en las ventas.

**Objetivo:** Que el participante comprenda los procesos psicológicos fundamentales y lo utilice para generar comunicaciones cargadas con valores sublimados.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Red Bull*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.  
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

### 3) VENDE EMOCIONES Y CASO MERCEDES BENZ

**Subtema:** Neurobiología de las emociones y los detonadores biológicos en las ventas.

**Objetivo:** Que el participante identifique la influencia de las emociones en la toma de decisiones y lo utilice para resaltar atributos del producto o servicio en las ventas.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Mercedes Benz*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.  
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

### 4) EL PODER DE UN PROPÓSITO Y CASO STRAVA

**Subtema:** Condicionamientos Biofísicos y Propósito.

**Objetivo:** Que el participante comprenda la potencia de un Propósito fuerte y lo defina en la Estrategia de Ventas.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Strava*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.  
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

### 5) VENTAS NEUROLINGÜÍSTICAS Y CASO PALACIO DE HIERRO

**Subtema:** Programación Neurolingüística y Segmentación.

**Objetivo:** Que el participante comprenda los patrones psicológicos de procesamiento, como influyen en la toma de decisiones y cruzarlo con perfiles de segmentación psicográficos.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Palacio de Hierro*, IPADE.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.  
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

### 6) RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO MASIVO Y CASO LIBRERÍAS GANDHI

**Subtema:** Fenomenología de la memoria y creatividad aplicada.

**Objetivo:** Que el participante comprenda los condicionamientos neurobiológicos que corresponden a la memoria, identifique la importancia de la repetición y la intensidad emocional y lo aterrice en comunicaciones de venta creativas.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Librerías Gandhi*, IPADE.  
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.  
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

### 7) QUÉ ES LA CREATIVIDAD, CÓMO DESARROLLARLA Y CASO PATS

**Subtema:** Creatividad aplicada y Liderazgo Creativo.

**Objetivo:** Que el participante comprenda la relevancia de la creatividad y la utilice en tácticas de liderazgo.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Librerías Patriotas de Nueva Inglaterra*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2019) *Creatividad: el arma más poderosa del mundo*.

### 8) INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EQUIPOS COMERCIALES Y CASO PEOPLEFIRST

**Subtema:** 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:**  
- Caso *PeopleFirst Inc.*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.  
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.  
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

### 9) CREATIVIDAD APLICADA Y CASO PIXAR & DISNEY ANIMATION

**Subtema:** Etología y Creatividad aplicada.

**Objetivo:** Que el participante identifique los conceptos clave de la etología humana y los relacione con esfuerzos de venta y creación de conceptos creativos.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *Pixar & Disney Animation*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.  
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

### 10) LIDERAZGO CREATIVO Y CASO SPACEX

**Subtema:** Geometría de las virtudes y Liderazgo.

**Objetivo:** Que el participante identifique la esencia de las virtudes y su papel en las ventas y el Liderazgo.

**Recursos y lectura:**  
- Caso *SpaceX*, Harvard Business Publishing Education.  
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.

### 11) SEMINARIO: BIO-INTELIGENCIA ESTRATÉGICA Y DESARROLLO HUMANO

**BioInteligencia Estratégica "powered by BioIntelligence & Creativity Institute**

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

- **Desarrollo Humano "Powered by Wakee**

UNIVERSIDAD

Pana  
meri  
cana

Programas de  
formación ejecutiva

Educación  
Continua



UNIVERSIDAD

Panamericana