



**THE
FUTURE
OF ADVERTISING**

PROGRAMA #FOARD2016

8:00 - 8:45 **REGISTRO**

8:45 - 9:15 **OPENING**

9:15 - 10:00 **KEY NOTE: La Transformación Digital de los Negocios**

Una de las consecuencias que ha traído la Revolución Digital es la necesidad de las empresas de transformarse digitalmente, lo cual cambió también la manera de hacer negocios; sin embargo, muchas empresas e industrias de la publicidad se han visto rebasados por la velocidad del cambio y han transformado su visión de las cosas para mantenerse a la par con los ciclos de innovación de los usuarios.

Gonzalo Alonso - 1er Director General de Google para Latinoamérica y fundador de ClowderTank
🐦 @gonzoogole

10:00 -10:35 **El Consumidor como Medio y su influencia social**

En esta Conferencia aprenderemos como el Marketing del Futuro estará dado por el entendimiento de una dualidad: "Las personas quieren ser como las marcas y las marcas como las personas." En esa dicotomía surge el nuevo consumidor como un poderoso medio, capaz de impactar, convencer y desafiar a los medios tradicionales, pero ¿cómo crear una campaña de marketing voz a voz? ¿cómo utilizar a este consumidor como un medio poderoso de forma positiva? ¿cómo entender? ¿qué detona el comportamiento de las masas y las conversaciones de los consumidores? En esta conferencia, Fernando Anzures abordará el cambio generacional, el cambio mediático y el impacto de las tecnologías de una forma simple, divertida y contundente hasta traducir ese conocimiento en herramientas sencillas para que la audiencia pueda accionar sus propias campañas de marketing voz a voz.

Fernando Anzures - CEO at Expomarketing LATAM y Founder & CEO de Liquid Thinking Consulting Latam - 🐦 @fanzures

10:35 - 11:20 **Panel - Marcas a la caza de los millennials al estilo Pokémon Go**

Los millennials están desde hace algún tiempo en boca de todas las marcas que hacen lo posible y lo imposible por llegar a una generación que se las ha ingeniado para tener comiendo de su mano a toda la industria marketera y publicitaria. No obstante, y pese al impetuoso amor que sienten y muestran los marketeros por los millennials, hay quienes creen que están errando en su aproximación a una generación permanentemente pegada la pantalla de los smartphones, que lo mismo se deshace en elogios que en críticas hacia las marcas, que es adicta a las experiencias y que espera y desea que las empresas sean sostenibles y se involucren en temas sociales. En este panel radiografiaremos a la Generación del Milenio con el objetivo último de hallar las claves marketeras para llegar a su corazón y permanecer en él, con un poco de suerte, para siempre.

Claudia Dans - Publicista - Online Media Marketing - [@claudix](#)
Amilcar Kalaf - Gerente General en Cazar DDB - [@AmilcarKalaf](#)
Milaurys Ortega - Directora Digital en Mindshare Rep.Dom - [@MimiOrtega](#)
Thiago Machado - Director Regional de Ventas de Spotify LATAM - [@Spotify](#)
Juan Carlos Suarez - Director de mercadeo de Food & Beverages de Nestlé - [@NestleRD](#)
Madelyn Martínez Moya - Directora de Mercadeo Corporativo y Soluciones Financieras Centro Cuesta Nacional - [@mademartinez](#)
Modera - Javier Piedrahita, Editor - Fundador de MarketingDirecto.com

11:20 -11:40

COFFEE BREAK - NETWORKING

11:40 - 12:15

El Uso de Data en las Decisiones de Marketing

¿Cómo puedo usar data para tomar mejores decisiones de mercadeo?
¿Cuáles herramientas y metodologías puedo implementar? ¿Entre tanta data, cómo encuentro un balance para evadir el "analysis paralysis"? Con aplicaciones tanto en mercadeo como UX, compartiremos case studies de Schibsted a nivel mundial que resaltarán la importancia de data en el desarrollo de estrategias.

Vladimir Palacio - Chief Growth Officer at Segundamano México - [@vladimirpalacio](#)

12:15 -12:50

KEY NOTE: Tecnología y Contenido: Transformando los Medios y la Medición

Renato de Paula, CEO de MEC para Latinoamérica, ofrecerá una visión actualizada sobre los factores y tendencias que afectan el mundo en la intersección de los medios, la tecnología y las comunicaciones: realidad virtual, globalización a escala, media programática, contenidos en tiempo real y la experiencia, que forman parte de una evolución que da lugar a consumidores conectados por completo y comunicaciones conectadas de manera individual y entre sí.

Renato de Paula - CEO de MEC en América Latina - [@renatodepaula](#)

12:50 -1:35

KEY NOTE: "5 Palabras que ya no Tienen Sentido"

Publicidad, Consumidor, Campaña, Digital e Interactivo: ¿hasta cuándo vamos a hablar así?

Eco Moliterno - Creative Vice President at Agency Africa - [@ecomoliterno](#)

1:35 - 2:35

ALMUERZO

2:35 - 3:20

KEY NOTE: Las nuevas reglas del content marketing y cómo usarlas para su beneficio *Conferencia en inglés

Hay mucho en juego en el marketing actual. Las formas tradicionales de mercado ya no funcionan, pues las audiencias actuales ya no necesitan acceder a su portal o a sus eventos para descubrir nuevos productos y servicios. Son tiempos difíciles. Pero también son tiempos emocionantes para los marketeros.

Es una oportunidad para realizar un examen de conciencia y evaluar quiénes son, qué ofrecen y quién conforma su audiencia objetivo.

3:20 - 3:55

Después deberá utilizar esas respuestas para adaptarse. Estamos ante una revolución del marketing y los marketeros necesitan hacer uso de la tecnología como una ventaja competitiva. Además de la tecnología, Pam Didner desarrollará otras tendencias que son necesarias en marketing.

Tras el evento, deberá poder:

- Entender las cinco tendencias relevantes para el marketing
- Identificar las acciones claves para cada tendencia
- Aplicar las ideas y recomendaciones a las estrategias de planificación y marketing

Pam Didner - Global Content Marketing Strategist, Author & Speaker - [🐦 @PamDidner](#)

Nuevas tecnologías y su impacto en la comunicación y el marketing

La tecnología está transformando el mundo que conocemos de una forma radical y a una velocidad nunca imaginada. Las nuevas tecnologías nos ofrecen nuevas oportunidades de comunicarnos con nuestra audiencia. Una audiencia cada vez más expectante y exigente. Una audiencia en búsqueda de nuevas experiencias, y no solo de producto, también busca nuevas experiencias en la comunicación comercial.

Nada está escrito. El futuro es un folio en blanco que entre todos escribiremos. La realidad virtual, el internet de las cosas, y en un futuro próximo la inteligencia artificial, son nuevas herramientas que tenemos que considerar a la hora de planificar y ejecutar nuestras campañas de comunicación. Nuevas tecnologías que nos ayudarán a llegar a nuestros potenciales clientes de una manera más eficaz, para construir un vínculo emocional que refuerce el valor de nuestra marca."

Francisco Hortigüela - Director de marketing corporativo de Samsung España - [🐦 @Phortiguela](#)

4:05 - 4:40

¿Son los influencers una moda pasajera?

Los influencers han irrumpido en los últimos tiempos con muchísima fuerza en el panorama marketero y publicitario, llegando incluso de hacer sombra a las celebridades de toda la vida. Sin embargo, en torno al tan de moda influencer marketing no han tardado tampoco en surgir voces críticas. Hay quienes acusan a los influencers de hacer publicidad encubierta parapetados tras la máscara de una autenticidad que no es en realidad tal. Otros echan en cara a las marcas que están abordando el marketing de influencia de la manera equivocada en su empeño por poner el acento en la cantidad y no tanto en la calidad. En este panel disecionaremos el fenómeno del influencer marketing desde diferentes puntos para dilucidar si estamos ante un mero "hype" que tarde temprano o morirá a ante una tendencia con verdadero futuro a largo plazo.

Clara Palacio - CEO de SBC Social Business. Agencia Digital integrada - [🐦 @sbcsocialb](#)

Viena Divaluna - Directora de contenido en LIQUID - Digital Agency - [🐦 @vienadivaluna](#)

Randolph Luna - Director de Mercadeo en Grupo Mejía Alcalá - [🐦 @lunarjm](#)

Fernando Anzures - Fundador de Liquid Thinking Group - [🐦 @fanzures](#)

Glency Feliz - Blogger y conductora en Diario Moda - [🐦 @GlencyFeliz](#)

Michael Barón - Director Digital en Pagés BBDO - [🐦 michaelbaronr](#)

Modera - Nuria Píera - Directora general de NCDN - [🐦 @nuriapiera](#)

4:40 - 5:00

COFFEE BREAK - NETWORKING

5:00 - 5:45

KEY NOTE: “Adaptándonos al Marketing que Viene”

El desarrollo y la adopción de herramientas tecnológicas en manos tanto de los usuarios como de los anunciantes, y el cada vez mayor protagonismo de canales bidireccionales como internet han generado una completa redefinición del marketing que estudiamos en nuestros grados y postgrados, o incluso del que aprendimos mediante la experiencia en años anteriores. Prácticamente nada de lo que dábamos por sentado está ahora asegurado: los usuarios tienen ahora un poder muy superior, los parámetros fundamentales de la comunicación han cambiado, y todo se ha redefinido con arreglo a nuevas variables. ¿Cómo replantearnos el marketing en un escenario tan radicalmente diferente al de hace tan solo unos pocos años?

Enrique Dans - Profesor, divulgador de Nuevas Tecnologías y experto en Internet - [🐦 @edans](#)

5:45 - 6:20

La nueva relación agencia-cliente

Una mirada crítica y analítica a uno de los activos más importantes de la industria publicitaria: la relación entre agencia y cliente. Desde los nuevos modelos de remuneración, la colaboración en el proceso creativo, la construcción de la confianza y la tensión como una herramienta de trabajo.

Mario Dávalos - Fundador y CEO en Capital DBG - [🐦 @davalette](#)

6:20 - 7:00

KEY NOTE: Low-tech thinking: deje que la tecnología enriquezca su historia, no que sea su historia. *Conferencia en inglés

Nunca ha habido mejor momento para la publicidad. La tecnología nos brinda numerosas posibilidades con las que podemos hacer realidad prácticamente cualquier idea. Pero aunque estemos en una era apasionante, también es muy sencillo caer en el error de olvidar las historias. Por ello Marco Pupo quiere invitar a la audiencia a discutir los beneficios de encontrar primero una buena historia y solo después utilizar la tecnología para hacerla mejor, evitando siempre lo contrario.

Marco Pupo - Group Creative Director at Grey NY - [🐦 @marcopupo](#)

7:00 - 8:30

RECONOCIMIENTOS FOA - AFTER PARTY