



Agenda

Mejores Prácticas de Movilidad Urbana

Comunicación y Marketing

San Pablo - 21 de agosto de 2018

Es común observar una motivación seguida de profunda frustración en las organizaciones que enfrentan desafíos de gestión en momentos de crisis. Esto ocurre porque en momentos de dificultades, los profesionales aguardan por mejores días sin prepararse para ellos. El momento post-crisis exige nuevas competencias y nuevas miradas sobre los procesos de relación con los consumidores, usuarios de los sistemas y con toda la sociedad.

Este seminario tiene como objetivo desarrollar el potencial creativo e innovador de las organizaciones, buscando promover soluciones de mayor valor agregado para sus clientes internos y externos.

El seminario de un día busca sensibilizar a las entidades sobre los desafíos de la comunicación y promoción del sector de la movilidad en una sociedad mediática y cada vez más accesible a los medios contemporáneos de comunicación y presión social.

En este evento tendremos el análisis del papel de la comunicación institucional ante el ciudadano y de los riesgos ante la percepción popular, con el examen de campañas institucionales y sociales.

El debate pretende exponer los conceptos técnicos actuales para actuar de manera constructiva, complementada con relatos de las mejores prácticas del sector en América Latina y en el mundo.

Localización: Universidad Paulista – UNIP – Campus Paraíso
Calle: Vergueiro, 1211 - Sao Paulo – SP

08:00 – 9:00	<u>Registro y welcome coffee</u>
09:00 – 9:15	<u>Sesión de Apertura</u> Mensaje de bienvenida y contexto del evento con presentación "Programa Mejores Prácticas de Movilidad Urbana 2018". Pedro Machado – Presidente - AEAMESP Jurandir Fernandes - Presidente de la División América Latina - UITP Valeska Peres Pinto - Coordinadora del Programa Mejores Prácticas de Movilidad Urbana - Comunicación y Marketing



<p>9:15 – 10:00</p>	<p><u>Sesión 1 - Construcción de marca para el sector de la movilidad urbana</u></p> <p><i>"Branding: persuadir a los de afuera a comprar y persuadir a los de dentro a creer"</i> Wally Olins</p> <p>Al definir el valor de una marca, ésta debe enaltecer la calidad del servicio, la calificación técnica de los profesionales y, sobre todo, la construcción y la consolidación de su identidad.</p> <p>El posicionamiento es el que determina dónde su marca estará en la elección del consumidor, relacionado directamente a las estrategias de reputación, donde la marca necesita medir y cuidar de todas las opiniones de sus servicios. ¿Cómo hacer esto en un mundo digital, con miles de conexiones?</p> <p>Rodrigo Magalhães – Agencia Icorp</p>
<p>10:00 – 11:00</p>	<p><u>Sesión 2 - Digitalización y gestión de marca de movilidad</u></p> <p>La movilidad urbana, es un sector que está siendo desafiado diariamente por la digitalización, la marca que está presente en el cotidiano y en la vida de las personas, por ser experimentada todo el tiempo hay un desafío adicional. Es posible entender cómo la digitalización puede construir una imagen de movilidad cautivadora que atraiga no sólo a los consumidores, a los usuarios, sino a los aficionados a la marca.</p> <p>Juliana Alcides - Gestora de Comunicación y Oidoría - Viaquatro</p> <p>Fernando Matsumoto – Gerente de Producto – CittaMobi</p>
<p>11:00 – 12:00</p>	<p><u>Sesión 3 - Planificación Estratégica</u></p> <p>Pensar a largo plazo para una organización de movilidad urbana incluye puntos cruciales como planificación estratégica, planificación tributaria, repensar su visión, misión, objetivos, metas, etc. Establecer estos elementos no es algo simple de hacer, mucho menos de ejecutarlos. La creación de planes de acción, procesos estructurados para el seguimiento y la evaluación de los resultados, entre otros, serán los diferenciales de una organización exitosa.</p> <p>Roberto Sganzerla - Especialista en Marketing en Transporte y Movilidad Urbana.</p> <p>Roland Zamora - Metro de Santiago</p> <p>Leonardo Cordero - Especialista en Derecho Tributario, ex profesor de planificación tributaria y posee LL.M en Derecho Societario por el Insper y Socio Cordeiro, Lima Abogados</p>
<p>12:00 – 13:00</p>	<p><u>Brunch</u></p>



<p>13:00 – 14:00</p>	<p><u>Sesión 4 - Gestión de crisis</u></p> <p>De acuerdo con la "Ley de Murphy", todo lo que puede ir mal, va a ir mal, y en el peor momento posible, de la peor manera posible. El efecto de la Ley de Murphy no es simplemente un error o una situación que necesita ser corregida. Esto puede ocasionar daños irreparables a la reputación de una organización. Tales daños pueden tener implicaciones financieras, comerciales y motivacionales que llevan años para ser corregidas. En esta sesión varios gestores intercambiar experiencias de casos reales del sector de la movilidad.</p> <p>Suzy Ballousier – Gerente de Media y Relaciones Públicas - BRT Río de Janeiro</p> <p>Conrado Grava – Consultor Metroferroviário Independiente</p>
<p>14:00 – 15:00</p>	<p><u>Sesión 5 - Gobernanza y Valores institucionales</u></p> <p>La vida de las organizaciones necesita objetivos claros y metas definidas con coherencia para que los negocios avancen. En los valores de una empresa son intrínsecos los principios de la organización. Los valores guían la conducta de una organización cuando se están ejecutando planes. Son innegociables, dictando comportamientos y actitudes en el funcionamiento de toda estructura organizacional y dan soporte a las formas de relación de los colaboradores entre sí y ante los clientes, proveedores y sociedad. Sumados a estos desafíos la creciente demanda en la sociedad por el compromiso ético y ambiental de las organizaciones.</p> <p>Leomar Avelino Rodrigues – Director Ejecutivo – RedMob Consorcio</p> <p>Antonio Carlos Lourenço Marques – Auto Viação Urubupunga</p> <p>Marco Aurelio Martorelli - Presidente - CPEC</p>
<p>15:00 – 15:45</p>	<p><u>Sesión 6 – Comunicación</u></p> <p>En la actual fase de la diversidad de la movilidad urbana, con un fuerte proceso disruptivo y asociado a la cibercultura crece la necesidad de crear una comunicación especializada. Es este el nuevo desafío del sector de movilidad establecer una comunicación efectiva en una nueva atmósfera, social con un perfil diversificado de cliente, del tradicional al joven que demanda otros servicios.</p> <p>Valeska Peres Pinto – Coordinadora del Programa Mejores Prácticas de Movilidad Urbana - Comunicación y Marketing</p> <p>Marcelo Hasse – Director General – FAATAP</p>
<p>15:45 – 16:00</p>	<p><u>Cierre</u> <u>Cómo promover su organización en el contexto del Programa de Mejores Prácticas</u></p> <p>Valeska Peres Pinto - Coordinadora del Programa Mejores Prácticas de Movilidad Urbana - Comunicación y Marketing</p>
<p>16:00 – 18:00</p>	<p><u>CONFERENCIA 24° AEAMESP</u></p>