

IMI B2B REUNIÓ EN LIMA A LA COMUNIDAD B2B INDUSTRIAL

# 3ER B2B SUMMIT - PROPUESTAS DE VALOR & VALUE MERCHANTS



**E**l tercer B2B Summit en el Perú, organizado por el Instituto de Marketing Industrial (IMI B2B), reunió en Lima a gerentes y ejecutivos de las principales empresas industriales. En la jornada se transfirieron y discutieron las tendencias globales y casos prácticos más avanzados en Marketing y Ventas B2B para impulsar el desarrollo de la gestión comercial estratégica en los sectores industriales de América Latina.

“En IMI B2B hemos estudiado empíricamente el desarrollo de una estrategia comercial sofisticada en negocios industriales. Desde el primer Summit, hace 2 años, hemos demostrado que en el Perú sí hay espacio y existe una comunidad que busca, y ve necesario, dedicarse en profundidad a un aprendizaje serio, basado en conceptos teóricos y prácticos. Para nosotros, son la élite pionera que va a implementar y multiplicar esta excelencia de gestión en el Perú para estar a la altura de empresas en países grandes”, comentó Mario Urech, socio fundador del Instituto de Marketing Industrial.

Como parte de este compromiso de brindar los mejores conceptos académicos prácticos a los ejecutivos B2B peruanos, el 3er B2B Summit contó con expertos expositores internacionales. Dentro de las ponencias de este encuentro destacó la exposición de James A. Narus, profesor en Business Marketing, School of Business, Wake Forest University (USA). El profesor Narus es coautor del libro “Value Merchants”, y sus



■ MARIO URECH, RODRIGO PRIALÉ, JAMES A. NARUS, VÍCTOR GOBITZ, ROBERTO MORA C.

artículos figuran entre los 10 más leídos en Marketing Estratégico y Ventas en Harvard Business Review.

El especialista cautivó a los participantes al delinear la metodología para alcanzar la categoría de vendedores de valor y estimar el beneficio real de sus propuestas para maximizar el retorno económico, además de aplicar lo aprendido en un caso real.

En el panel de expertos, el profesor Narus, el CEO de Minas Buenaventura, Víctor Gobitz; y el gerente general de Gerens, Rodrigo Prialé, aplicaron los modernos conceptos al contexto de los mercados peruanos, discutieron el tópico de Co-Creación de Valor en una minería e industria digitalizada, además de responder las preguntas del público.

También se contó con la ponencia de Roberto Mora, PhD. y Assistant Professor en *Southern Denmark University*, quien habló acerca de los desafíos de la compra B2B y la efectividad de las propuestas de valor de los proveedores. El profesor Mora es el primer doctor en Marketing y Ventas Industriales en la historia de América Latina, y publicó en los journals más prestigiosos de marketing y ventas B2B. En su exposición, brindó los conceptos, elementos y fuentes claves para la creación de valor en negocios industriales.

Resaltó que “un proveedor puede ser iniciador del desarrollo de propuestas de valor, pero siempre serán las empresas usuarias quienes determinen qué es valor en sus propios términos. Los proveedores deben preguntarse por qué un cliente debería comprar su producto o servicio en lugar del competidor”. ■