

**REINVENTION**

masterclass

**PROPÓSITO REAL =  
CRECIMIENTO REAL**

Conferencista

**AFFDHEL  
AZIZ**

Referente global en  
*propósito de marca*,  
innovación en marketing  
y el potencial de las  
empresas para ser una  
fuerza positiva.

**GUAYAQUIL,  
MARTES 11 DE MARZO**

Salones C.C. Alhambra, Vía a Samborondón

**QUITO,  
JUEVES 13 DE MARZO**

Por confirmar

[www.reinvention.la/propositoreal](http://www.reinvention.la/propositoreal)

# AFDHHEL AZIZ

fundador Y director  
de Propósito en  
***Conspiracy of Love  
Global Consulting***



Con una exitosa carrera de 20 años en marketing, trabajando para empresas líderes como P&G, Nokia, Heineken y Absolut, él sintió un vacío interno.

Su búsqueda de crear asociaciones de alta relevancia en la cultura pop incluyendo colaboraciones con Lady Gaga y conferencias TED, perdió su atractivo.

Afdhel ya no quería que el legado de su vida girara en torno a promover simplemente el consumismo.

Esto lo llevó a escribir '**Good is the New Cool: Market Like you give a Damn**', un manifiesto innovador que destaca a marcas impulsadas por un propósito como: **Zappos y The Honest Company.**

Con títulos universitarios del **King's College London** y **London School Of Economics**, Afdhel buscaba servir a empresas que abrazaran un propósito.

Dejó la vida corporativa para establecer **Conspiracy of Love**, una consultora global que asesora a empresas Fortune 500 sobre cómo hacer el bien mientras tienen éxito.

Hoy en día, Afdhel es un conferencista, autor y experto destacado en **propósito de marca, innovación en marketing y en desarrollar el potencial de las empresas para ser una fuerza positiva.**

**Su propósito de vida es inspirar a individuos y organizaciones a crear un mundo más justo y sostenible.**

Viaja por el mundo como conferencista, participando en eventos de la Naciones Unidas, como en **Cannes Lions, SXSW, Tedx, Ypo, Advertising Week, Forbes CMO Summit, Conscious Capitalism** y en universidades prestigiosas como la Universidad de **Columbia, la Universidad de Nueva York y la Escuela de Negocios IMD** en Lausana en Suiza, y contribuye a Forbes, abogando por cómo las empresas pueden innovar para el bien social en medio de la revolución global del propósito.

“

***En lugar de crear aún más publicidad, el objetivo debería ser crear experiencias y servicios de marketing “basados en un propósito” que sean tan inspiradores, educativos o útiles, que creen un ejército de voceros para ayudar a difundir la historia de su marca de una manera creativa y auténtica.***

***Así es como pensamos que “el gran marketing optimiza la vida”, y así es como los profesionales de las empresas pueden encontrar más significado y orgullo en el trabajo que realizan.***

”

AFDHEL  
AZIZ

# PARTE 1

## Reinventando el crecimiento a través del propósito corporativo

Vivimos en la era de la "policrisis", una época de abrumación social, en la que todas las crisis compiten: el clima, la guerra, las enfermedades y la recesión económica. Esto ha provocado no sólo ansiedad y depresión sino también parálisis; una incapacidad para tomar medidas decisivas porque nadie sabe lo que depara el futuro. Pero las crisis crean oportunidades.

Si las empresas pueden centrarse en un problema que pueden resolver de manera rentable, pueden **definir un propósito que impulse su crecimiento con inversores y consumidores leales**, además de empleados felices, lo que conducirá a un desarrollo sostenible e inclusivo.

Afhdel Aziz, fundador y director ejecutivo de **Conspiracy of Love** consultora que ayuda a empresas como Adidas, Coca-Cola y Sephora, comparte ideas de su trabajo sobre cómo los líderes pueden **encontrar nuevos caminos hacia la rentabilidad centrándose en resolver los problemas más grandes del planeta.**

## TAKEAWAYS

- 1.** Comprensión de qué es el crecimiento sostenible e inclusivo.
- 2.** Principios como "Encuentra tu espada y tus escudos", "Sé el ayudante, no el héroe" y "Mide lo que atesoras", para ayudar a guiar tu propio trabajo.

# PARTE 2

## Reinventando marcas: Ser bueno es el “nuevo cool”.

Los consumidores dicen que tienen entre cuatro y seis veces más probabilidades de comprar, defender y ser leales a las marcas que creen que tiene un impacto social y ambiental positivo. Y este número se dispara si se consideran los Millennials y la Generación Z, las dos generaciones más grandes y nuevas de consumidores. **¿Cómo se reinventan las marcas tradicionales para esta nueva era de consumidores conscientes?**

Después de una carrera de dos décadas liderando marcas en compañías icónicas como P&G, Nokia, Heineken y Absolut, **Afdhel Aziz coescribió el libro número uno en ventas de Amazon sobre el propósito de marcas: ‘Good is the new cool: market like you give a damn’.**

Su consultora estratégica Conspiracy of Love, ha trabajado con **marcas mundialmente reconocidas para ayudarlas a reinventarse a través de su Propósito**, y en el proceso los ha guiado a invertir más de 5 millones de dólares en causas como el hambre infantil, la educación artística y justicia racial en la educación.

## TAKEAWAYS

- 1.** Recibirán data e insights valiosos sobre los consumidores y lo que los impulsa.
- 2. Principios estratégicos:** ‘Pensar en ciudadanos, no en consumidores’, ‘Resolver problemas desde lo cotidiano hasta lo épico’ y ‘Las personas son el nuevo medio’. Estos principios se pueden aplicar a cualquier marca, grande o pequeña.
- 3.** Casos de estudio de marcas trabajados por Afdhel con grandes corporaciones, explicando el “cómo” del proceso que emprendieron.

# PARTE 3

## Reinventando el compromiso de los colaboradores

Cada vez está más claro que el futuro del trabajo debe tener en cuenta las expectativas firmemente arraigadas por los empleados talentosos.

Entonces, **¿cómo crean los líderes una cultura que permita que el compromiso, la motivación e incluso la innovación prosperen?**

La respuesta es el Propósito: en primer lugar, **tener un Propósito organizacional claro y convincente que cree una estrella polar apasionante en torno a la cual se pueda unir toda la empresa.** Y en segundo lugar, **empoderar a los empleados para que encuentren su propio Propósito y lo conecten de manera significativa con el de la organización** para encontrar un vínculo profundo y convincente.

Dentro de su Consultora Conspiracy of Love, Afdhel trabaja con compañías Fortune 500, utilizando el revolucionario marco “GPS to Purpose” para **ayudarlos a encontrar su propio Propósito en alineación con su trabajo, y así conectar profundamente con la misión de la empresa.**

## TAKEAWAYS

- 1.** Comprender qué es exactamente el Propósito personal.
- 2.** Una comprensión profunda de sus beneficios físicos, mentales y profesionales.
- 3.** Un vistazo a la innovadora metodología “GPS to Purpose” que les ayuda a identificar su propio propósito individual de forma simple y rápida.

# AGENDA

**09H00 - 09H15**

Apertura REINVENTION  
Masterclass

**09H15 - 10H00**

**PARTE 1:**

Reinventando el  
crecimiento a través del  
propósito corporativo

**10H00 - 10H30**

**PANEL:**

“Un propósito corporativo  
claro y coherente”

**10H30 - 11H15**

**COFFEE  
BREAK**

**11H15 - 11H30**

Preguntas y respuestas

**11H30 - 12H15**

**PARTE 2:**

Reinventando marcas: Ser  
bueno es el “nuevo cool”.

**12H15 - 12H45**

Preguntas y respuestas

**12H45 - 13H30**

**PARTE 3:**

Reinventando el  
compromiso de los  
colaboradores

**13H30 - 13H45**

Preguntas y respuestas

**13H45 - 14H00**

**Resumen y cierre**



“

***Depende de nosotros pensar en términos de marketing que ofrezcan un triple resultado en términos de ganancias, sí, pero también en términos de personas y planeta.***

”

AFEDHEL  
AZIZ





# INVERSIÓN

10% de descuento para pagos realizados hasta el 24 de enero

CANT. ENTRADAS	PAGOS HASTA EL 24 DE ENERO	PRECIO REGULAR
<b>1</b>	<b>\$180+IVA</b>	<b>\$200+IVA</b>
<b>2+</b>	<b>\$157.50+IVA</b> c/u	<b>\$175+IVA</b> c/u
<b>10+</b>	<b>\$135+IVA</b> c/u	<b>\$150+IVA</b> c/u



Cupos limitados

\*Incluye certificado digital

\*Traducción simultánea disponible para todos los asistentes



**AUSPICIAN:**



**UN EVENTO DE:**

**Insights**

**info@reinvention.la**  
**(+593) 99-098-0114**

**MÁS INFORMACIÓN**

**[www.reinvention.la/propositoreal](http://www.reinvention.la/propositoreal)**

