

Estimados Sres.,

Presentamos el CV de Talentum, el área de consultoría de Akali Universidad Internacional de Posgrados, que contiene la trayectoria en México, España y Latinoamérica.

Tenemos amplia experiencia en Mercadotecnia, Comunicación y Análisis de Datos desde 1994. Nuestro *expertise* va desde la investigación del mercado, identificación de las necesidades de los segmentos de la población, así como conocer cuáles productos o servicios responden a los intangibles identificados, todas las áreas de comunicación, la identificación, recolección y análisis de datos.

Nuestros servicios son:

- Marketing (Estudios de mercado, información cuantitativa y cualitativa, análisis y crecimiento del mercado versus la competencia real y potencial, rango de precios, intangibles, etc.) www.gotalentum.com
- Identificación, recolección y análisis de datos.
- Comercio Internacional (Traslado global de productos y servicios)
- Comunicación (Publicidad, Promoción, Publicity, POP, medios tradicionales y redes sociales, creación y fortalecimiento de marca, textos que responden a los intangibles identificados)
- Comunicación organizacional (Diagnósticos y actividades)
- Recursos Humanos y
- Educación, formal y capacitación a través de Akali, Universidad Internacional de Posgrados www.akali.mx

Atentamente

Dra. Ana Rodríguez Martel
Directora

	Embotelladora Gómez Palacio		X	Regional
--	-----------------------------	--	---	----------

Industria	Empresa	Pública	Privada	Impacto
Educación	SEP	X		Nacional
	U Iberoamericana		X	Regional
	ITESM-CCM		X	
	ITESO		X	Internacional
	UANE		X	Regional
	UDLA Puebla		X	Nacional
	Universidad Hebrea		X	Nacional
	IMECAF		X	Nacional
	Instituto Ruso Mexicano de Cine y Actuación		X	Nacional
	UVM		X	Nacional
	Universidad ORT México		X	Nacional
	UDEH U del Desarrollo Humano		X	Nacional
Universidad Anáhuac	X	Nacional		
Educación	Centro de Formación e Investigación AC		X	Nacional
	Mañani y Asociados		X	Nacional (España)
	Colegio Americano de Puebla		X	Regional
	Colegio Héroes de la Libertad		X	Regional
	Universidad Insurgentes		X	Nacional
	aulamagna.com.mx		X	Internacional
	Comunidad Educativa Hispanoamericana		X	Regional
	Instituto Logístico		X	Nacional
	El Club de los Inesperado		X	Nacional (España)
	Akali, Universidad de Posgrados		X	Internacional
	Congreso Internacional DirCom		X	Internacional
2018 Akali-Joan Costa Institute				
TI	Telecontrol		X	Regional
	Nerim Comunicaciones			Nacional
	Brioo Respaldo de datos			Nacional
	Asalvo Respaldo de datos			Nacional

	ORBEN Comunicaciones			Nacional
Calzado	Grupo Navarro		X	Regional
Maquila de ropa	MEXUSA (Maq. de ropa) Campex (Maq. de ropa)		X	Regional Regional
Maquila electrónica	PELSA		X	Regional

Industria	Empresa	Pública	Privada	Impacto
Comercio	Tiendas de conveniencia "Jotave"		X	Regional
Comercio Internacional	Elektra		X	Nacional
	Aulio (Alta costura)		X	Nacional
	Sport Palace		X	Nacional
	Acsesa Brasil		X	Nacional Internacional (Brasil)
Publicidad	Promosobre		X	Regional
Valuación	GHYA (Hermosillo y Asociados)		X	Regional
Finanzas	Condusef,		X	Nacional
	Balcoldex		X	Nacional (Colombia)
	Bancomer		X	Nacional
	Proactiva		X	Nacional
	LL Estrategia		X	Nacional
	FOJAL	X		Regional
Construcción y desarrollo turístico	FAZENDA		X	Nacional
	CAPUFE	X		Nacional
	Proyectos Plaza (inmobiliaria) 7 Cielos		X X	Regional Internacional
Agrícola	FIRA	X		Nacional
Mueblera	Muebles Castani		X	Regional
Transporte	Aeroméxico		X	Nacional
	Chep Pallets		X	Nacional
	Goodyear (Llantas)		X	Nacional

	Bikel (Bicicletas eléctricas)		X	Regional
Cuidado personal y familiar	DIF L'Oreal París	X	X	Nacional Nacional
Editorial	Editorial Gráfica Nueva de Occidente, SA CV Fondo Editorial Joan Costa		X	Internacional
			X	Internacional
Ocio	Zombie Walk México Actividades artísticas y culturales para los estados y particulares Organización de festivales culturales en diferentes estados del país		X	Nacional
			X	Nacional

En la siguiente parte presentamos el detalle de nuestras actividades en las organizaciones :

Clientes	Actividades
1. 1994-1995	COMISION FEDERAL DE ELECTRICIDAD División Noreste
	Programa de Capacitación para el personal del Centro de Atención al Cliente
Objetivo:	Concientizar a través de la capacitación al personal del CSC Zona Norte, los estados de Chihuahua, Coahuila y Durango
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del programa de capacitación • Capacitación (300 personas aproximadamente) • Diseño del Manual para la concientización prolongada
Logro:	El modelo de capacitación utilizado fue altamente efectivo, por la transformación en la actitud y operación del personal en los Centros de Servicio al Cliente (CSC). Este modelo se migró a la Zona Norte Monterrey), luego a la Zona Centro (DF e Hidalgo)
2. 1995-1996	PEÑOLES, SA DE CV División Minas
	Programa Global de Comunicación Organizacional
Objetivo:	Aumentar la productividad de la mina de Fresnillo, Zacatecas, a través de la implantación de la cultura de calidad, cumpliendo con los objetivos de la empresa y la satisfacción de los empleados y trabajadores.
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorías de comunicación interna, capacitación y trabajo social • Análisis de los datos aportados por la auditoría • Diseño de los tres programas (Comunicación, capacitación y trabajo social) • Implementación de los programas • Manual de Comunicación Organizacional



	<ul style="list-style-type: none"> • Manual de Seguridad para emergencias dentro de la mina (Crisis) • Historia laboral • Capacitación al personal de las áreas de Comunicación, capacitación, minas y seguridad
Logros:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación del área de Comunicación y contratación del DirCom 2. Implementación de las actividades de comunicación y el Manual de Seguridad 3. Cambio de cultura, aumento de la productividad e imagen positiva
3. 1996, 1997, 1998	IMPULSORA DE BIENES ALAMEDA SA DE CV (CARNES MUMA)
	Empacadora y comercializadora de carne de cerdo a nivel nacional
	Programa Integral de Comunicación Organizacional
Objetivo:	Aumentar la productividad de la empresa a través de la implantación de la cultura de calidad, cumpliendo con los objetivos de la empresa y la satisfacción de los empleados y trabajadores.
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorías de comunicación interna y de capacitación • Análisis de los datos aportados por las auditorías • Diseño de los programas (Comunicación, capacitación y RRHH) • Implementación de los programas • Manual de Comunicación Organizacional • Capacitación al personal • Diagnóstico de clima laboral • Análisis de puestos
Logros:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación del área de Comunicación y contratación del DirCom 2. Implementación de las actividades de comunicación y manual de seguridad 3. Cambio de cultura, aumento de la productividad e imagen positiva
4. 1996, 1997, 1998	CERVECERÍA MODELO SA DE CV (CERVEZA CORONA)
	Programa Anual de Capacitación
Objetivo:	Concientizar a través de la capacitación en la "Atención al Cliente"
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de los programas de capacitación • Cursos para directivos (22 personas) • Cursos al personal de mandos intermedios (81 personas) • Cursos de calidad y atención al personal operativo (352 personas)
Logro:	La concientización se obtuvo al 90% del personal capacitado
5. 1997	SATLASA (Sociedad de Administración y Transporte)
	Las gaseras de la Comarca Lagunera de Coahuila y Durango <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico Organizacional
Objetivo:	Conocer la situación de productividad en las 12 gaseras de la Comarca
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico Organizacional • Diseño del Plan de Actividades para aumentar la productividad

Logro:	Obtuvo al 100% la información que les llevó a tomar decisiones en las áreas productivas
6. 1997	Embotelladora Gómez Palacio
Objetivo:	Concienciar al personal operativo de la nueva cultura de calidad de la empresa
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del personal operativo
Logro:	Concientización al 100%
7. 1997	Grupo Navarro (Fabricación y distribución de calzado)
Objetivo:	Concienciar al personal operativo de la nueva cultura de calidad de la empresa
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del personal
Logro:	Concientización al 100%
8. 1997	MEXUSA (Maquiladora de ropa)
	Programa de Integral de Comunicación Organizacional
Objetivo:	Aumentar la productividad de la maquiladora, a través de la implantación de la cultura de calidad, cumpliendo con los objetivos de la empresa
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorías de Comunicación interna y de capacitación • Análisis de los datos aportados por las auditorías • Diseño de los dos programas (Comunicación y Capacitación) • Implementación de los programas • Manual de Comunicación Organizacional • Capacitación al personal de todas las áreas (500 personas)
Logros:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se autorizó la creación del área de Comunicación y se contrató a un responsable para realizar las actividades 2. Se implementaron las actividades de comunicación diseñadas 3. Se implementó el Manual de Seguridad 4. Se inició el cambio de cultura en la organización que llevará a aumentar la productividad
9. 1997	TELECONTROL (Diseño y fabricación de aparatos de automatización electrónica)
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño e implantación del sistema de comercialización por telemarketing
Logro:	Aumento del 20% de las ventas
10. 1997	UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PLANTEL LAGUNA
Actividades:	Revisión académica de la clase en el aula
11. 1997	SANATORIO ESPAÑOL
Objetivo:	Concienciar al personal operativo de la nueva cultura de calidad de la empresa
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del personal operativo
Logro	Concientización al 100%



12. 1997	FRIJOLES MEXICANOS DE SALTILLO, SA DE CV (FRIMEX) Empacadora de granos y frutos secos Guía de Imagen Corporativa
Objetivo:	Establecer las constantes universales de identidad, con el fin de uniformar la imagen por los diferentes medios
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y realización de la Guía de imagen Corporativa
Logro:	Al 100%
13. 1997-1998	CAMPEX (Maquiladora de ropa)
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Integral de Comunicación Organizacional
Objetivo:	Conocer la situación de la productividad en la empresa
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Auditoría de Comunicación • Análisis de los datos aportados por las auditorías • Programa de actividades de comunicación • Manual de comunicación
Logros:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se implementaron las actividades de comunicación diseñadas 2. Se implementó el Manual de Seguridad 3. Se inició el cambio de cultura en la organización, que llevará a aumentar la productividad de la empresa
14. 1997-1998	TIENDAS DE AUTOSERVICIO "JOTAVÉ"
	Programa Integral de Comunicación Organizacional
Objetivo:	Conocer la situación de productividad en las 35 sucursales y su crecimiento potencial Aumentar la productividad de la empresa a través de la implantación de la cultura de calidad, cumpliendo con los objetivos de la empresa
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Auditoría de Comunicación interna • Auditoría Financiera • Análisis de los datos aportados por las auditorías • Diseños de los programas de actividades para las áreas productivas y financieras • Implantación del programa de comunicación • Manual de Comunicación • Capacitación
Logros:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se autorizó la creación del área de Comunicación y se contrató a un responsable para realizar las actividades 2. Se implementaron las actividades de comunicación diseñadas 3. Se implementó el Manual de Seguridad 4. Se inició el cambio de cultura en la organización, que llevará a aumentar la productividad de la empresa
15. 1998	PRODUCTOS ELECTRÓNICOS DE LA LAGUNA (PELSA) Maquiladora GE de partes electrónicas
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación motivacional del personal de Recursos Humanos



Logro	Alta motivación en todo el personal de RRHH
16. 1998	PROMOSOBRE (Distribución promocional por correo directo)
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación motivacional del personal
Logro	Alta motivación en el personal
17. 1998	GRUPO LALA (Pasteurizadora Laguna, SA de CV)
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para la alta dirección
18. 1998	CONDOMEDICS (Grupo de consultorios médicos)
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación de comunicación para el personal de atención al cliente
Logro	Mejora en la imagen del grupo
19. 1998	Pasteurizadora la Fresnillense
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el nivel funcional de la pasteurizadora
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico organizacional
Logro:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del estado financiero, funcional de los departamentos y el impacto de su imagen interna y externa • Propuesta de procesos productivos
20. 1997-1998	TIENDAS DE AUTOSERVICIO "JOTAVÉ"
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Integral de Comunicación Organizacional
21. 1997-1998	HOSPITAL LOS ANGELES
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Oportunidades de Mercado • Programa Integral de Comunicación Organizacional
22. 1997-1998	ASISTENCIA MÉDICA INTEGRAL Y OPORTUNA SA DE CV AMIGO SISTEMA DE SALUD, SA DE CV
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema médico de prevención y refuerzo de la salud • Programa Integral de Comunicación Organizacional
23. 1997-1998	BARCEL DEL NORTE SA DE CV
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Programa CUSUPE (Capacitación)
24. 1998	GHYA, SA DE CV (GRUPO HERMOSILLO Y ASOCIADOS)
	Grupo valuador de inmuebles, ranchos, maquinaria y predios
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Integral de Comunicación Organizacional
25. 1998	EDITORIAL GRÁFICA NUEVA DE OCCIDENTE, SA DE CV
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de Planeación Estratégica



	<ul style="list-style-type: none"> • Resultado del diagnóstico de la organización, Atractividad industrial, Análisis de los factores externos determinantes, Análisis de las estrategias de las fuerzas del mercado, Análisis de las estrategias de las fuerzas financieras, Estrategias • Resultados financieros, Resultado de la encuesta a empleados, Propuesta de crecimiento
26. 1999	PROYECTOS PLAZA
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de distribución hipotecaria para las casas de interés social en Guadalajara, Jalisco
27. 1999	PHARMACOS EXAKTA, SA DE CV
	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Estratégica para conocer las oportunidades de negocio dentro del ramo farmacéutico de acuerdo a las condiciones de Pharmacos Exakta
28. 2000	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercado para Conocer la posible demanda de los productos de belleza LG en el mercado regional del occidente de México.
29. 2000	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de distribución del producto farmacéutico Bactercyd
30. 2001	CONDUSEF
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercado para conocer el comportamiento del consumidor de revistas en la zona metropolitana de la Ciudad de México
31. 2002	ELEKTRA
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y capacitación nacional del modelo de mercadotecnia estratégica para la venta al detalle
32. 2002	BANCOLDEX (Bogotá, Colombia)
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y capacitación a directores "Gestión efectiva de ventas"
33. 2003	BANCOMER
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo "Identificación de las necesidades de comunicación interna"
34. 2003	MALTA CLEYTON
Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de mercadotecnia estratégica y comunicación interna • Aumento del 10% del mercado nacional de alimentos balanceados
35. 2003	AEROMÉXICO
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de DNC
36. 2003	ITESM-CCM
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • "Analicemos tu marca" impartido por Joan Costa

37. 2003	MANANI Y ASOCIADOS (España)
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la Imagen Corporativa
38. 2004-2005-2006	COLEGIO AMERICANO DE PUEBLA
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de posicionamiento del colegio en el mercado de Puebla • Auditoría de Imagen Corporativa • Programa de Identidad Visual • Manual de gestión de la imagen • Programa de cambio cultural • Programa de comunicación interna • Investigación percepción del cliente
39.2004	CAPUFE
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa nacional de capacitación
40.2004	Rassini frenos
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de fortaleza de los frenos
41.2005	Restaurantes El Pollo Feliz
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Mercado y Comunicación • Análisis de la Imagen Corporativa • Plan de Comunicación Externo • Campaña Publicitaria
42.2005	Muebles Castani
	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación del mercado • Programa de reposicionamiento
43.2006	USAID-IPR (Gobierno de los Estados Unidos de América)
	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de sobre el desarrollo de las hortalizas en Oaxaca
44.2006	Desarrollo Integral de la Familia DF
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en los temas de RH, Nutrición, Sistemas de Información y Biblioteconomía
45.2006	PROACTIVA
	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación del mercado de casas de empeño



46.2006	CHEP
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en Formación de Instructores
47.2006	GOODYEAR México
	<ul style="list-style-type: none"> • Consultoría en Planeación estratégica y Marketing para mejorar la participación del mercado nacional
48. 2003-2004	UDLA CONSULTORES, UDLA PUEBLA
	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de investigación de mercados para conocer la demanda nacional del mercado • Con base en esta información, las ventas crecieron de US \$250,000 a US \$3,676,470 <p>En estos años atendimos entre otras empresas, a Pemex (PEP - Exploración y Producción) en capacitación técnica y revisión de sus procesos para mejorar la eficacia productiva en plataforma y oficinas administrativas en Ciudad del Carmen, Campeche y Villahermosa, Tabasco</p>
49.2004-2006	SOCIEDAD EDUCATIVA HÉROES DE LA LIBERTAD, S.A. DE C.V
	<ul style="list-style-type: none"> • TI en redes, software y hardware para una mejor eficiencia y disminución de tiempo en el sistema de cobranza y calificaciones • Estructura organizacional, Procesos Administrativos, Proyecto Fusión
50.2005,2006	Nerim Comunicaciones S.A. de C.V
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de procesos para la eliminación de penalizaciones y servicios de TI para eficientar el proceso de venta
51. 2006	DIF NACIONAL
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación
52. 2007	UNIVERSIDAD INSURGENTES
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de la nueva imagen, rediseño del área de comunicación y mercadotecnia ▪ Dimensión del mercado, Identificación de la competencia directa y potencial ▪ Planeación de la Comunicación Integral de Mercadotecnia (Publicidad) ▪ Plan de medios masivos y alternos de acuerdo a la meta ▪ Selección de proveedores ▪ Identificar y verificar los medios de comunicación convenientes vs. los tradicionales ▪ Supervisar el desarrollo de la campaña publicitaria ▪ Identificar los intangibles por los que los alumnos se inscriben



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medir los medios por los que los alumnos se inscribieron en el periodo sep 2006 ▪ Creación de la nueva imagen ▪ Manual de Identidad ▪ Supervisar todos los soportes de la imagen (supervisión, diseño, producción y colocación de más de 50 medios) ▪ Justificar los 5 elementos de la imagen ▪ Cuidar la buena imagen de la universidad en los medios masivos y alternos ▪ Supervisar el diseño e impresión de los diplomas y carpetas para los niveles Medios Superior ▪ Supervisar el diseño de los títulos profesionales ▪ Diseño e impresión de reconocimientos y carpetas de los niveles Medio Superior ▪ Diseño e impresión de invitación para eventos varios ▪ Dar respuesta a todas las solicitudes diarias de los planteles y de rectoría respecto al diseño e impresión ▪ Portafolio de productos (investigación de campo y documental de las carreras) ▪ Investigar la demanda y formato de las carreras para los planteles Álamos y Centro (en proceso) ▪ Diseñar y supervisar las actividades de Relaciones Públicas ▪ Escribir los guiones del rector para los medios masivos ▪ Revisar los artículos del rector en los medios masivos ▪ Supervisar las publicaciones impresas y digitales ▪ Organizar le programa de vinculación con la sociedad, a través de la agencia de Relaciones Públicas ▪ Supervisar el rediseño de la página web (Contenidos, Diseño gráfico, normas, diseño digital) ▪ Supervisar el registro del dominio de la página web ▪ Verificar con la coordinación de Sistemas la migración de las cuentas de correo con el nuevo dominio: www.insur.edu.mx ▪ Fijar precios (colegiaturas de acuerdo el NSE, costos, valor que el alumno el da al servicio, impuestos, margen de utilidad deseado) ▪ Realización del Plan de Negocios para el área de Vinculación ▪ Armar presentación final en conjunto con el rector, impresión de la información de los planteles ▪ Supervisar el resumen diario de noticias ▪ Supervisar la creación y producción de los medios de la campaña ▪ Diseñar, revisar y supervisar la capacitación de las áreas de ventas (Atención Virtual (Directora + 9 telemarketers, Promoción estudiantil (Directora + 80 asesoras estudiantiles, proponer nuevas formas de pago (en línea y por tarjeta de crédito), proponer otras formas de inscripción: remota y desde otro plantel, Cubrir los eventos para ser publicados en los medios de comunicación internos, ▪ Diseñar el Plan de Comunicación Interna
--	---



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisar el desarrollo de la Comunicación Interna ▪ Realizar el costeo de las maestrías con base en los costos, el remanente y la competencia ▪ Dar respuesta a las solicitudes diarias de mercado de los directores ▪ Selección, supervisión y distribución de los objetos promocionales ▪ Negociar con los medios la mejor calidad al mejor precio ▪ Dar seguimiento al pago de proveedores de medios ▪ Enfocar al grupo directivo respecto a la teoría de mercado, desarrollo de productos, pronóstico de ventas, homologación de procesos y cierre de venta. ▪ Cambio de cultura de mercado (en proceso) ▪ Asegurar que la publicidad no tenga consecuencias legales ▪ Control del presupuesto (planeado vs. ejercido) ▪ Estudio "La competencia en el nivel D+ ▪ Generación de marca para el NMS ▪ Análisis de la percepción de los alumnos del NMS ▪ Diseño del Instrumento de Salida para los candidatos a graduarse en las carreras
53. 2007, 2008	<p>FIRA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación en planeación estratégica y desarrollo del plan de negocios a microempresarios de comunidades rurales
54. 2007, 2008	<p>ITESM</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio de mercado, Plan de Comunicación
55. 2009	<p>AULA MAGNA.COM.MX. Capacitación en línea Plan de marketing y ventas, desarrollo de la Imagen y Comunicación</p>
56. 2009	<p>BRIOO. Respaldo de datos. (España)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de Marketing y Comunicación
57. 2009	<p>Helados D'Lite (Franquicia Master)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Investigación del mercado (Demanda del mercado, identificación del mercado meta, capacidad de compra, retorno de la inversión), Plan Marketing y Comunicación
58. 2009	<p>Comunidad Educativa Hispanoamericana</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de Marketing y Comunicación
59. 2010	<p>Restaurant Catadonia</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de Marketing y Comunicación
60. 2010	<p>ASALVO.MX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Mercado de Respaldo Electrónico
61. 2010	<p>Fondo Editorial Joan Costa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio del Mercado Editorial



62.	2011	LL Estrategia <ul style="list-style-type: none"> ▪ 4 Estudios de mercado, Plan de Marketing y Capacitación al área de Marketing
63.	2011	FOJAL <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de la Estrategia Comercial e Imagen Corporativa para dos bancos regionales en Guadalajara, Jal.
64.	2011	Comunidad Educativa Hispanoamericana <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Mercado sobre Potencial de Crecimiento y Elasticidad de la Demand
65.	2011	Santa Maura SA de CV <ul style="list-style-type: none"> • Comparativo de Sueldos Directivos en la región de Jalisco
64.	2011	LL Estrategia <ul style="list-style-type: none"> • Diseño Editorial
65.	2011	A&J Mañani <ul style="list-style-type: none"> • Rediseño del logotipo (actualización de la versión del 2005)

Energía, médica, minera, alimentos y bebidas, educación, TI, calzado, maquila de ropa, comercio (tiendas departamentales, autoservicio y tiendas de conveniencia), distribución promocional, valuación, financiera, construcción (vivienda, caminos y puentes federales) agrícola, mueblera, transporte, cuidado familiar y personal, restauración, editorial, ocio y esparcimiento, entre otros.

66.	2011	Instituto Logístico <ul style="list-style-type: none"> • Rediseño de las estrategia de operación del instituto
67	2011	BIKEL Estudio de Mercado y Campaña de Comunicación (Publicidad y Promoción) de las bicicletas eléctricas BIKEL <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativo y Cualitativo • Creación de nombre de marca • Logosímbolo • Campaña publicitaria en medios masivos y alternos (prensa, radio, TV y BTL) • Difusión en eventos promocionales
68	2011	Investigación internacional sobre la catedral Notre Dame de París <ul style="list-style-type: none"> • Países: Francia, España, México e Inglaterra
69	2011	CONAGUA (Comisión Nacional del Agua) <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del programa de actividades internas
70	2011 2012 2013	AULIO Alta Costura <ul style="list-style-type: none"> • Detección del mercado en México, Apertura en Brasil, Italia y Francia
71	2011 2012 2013	Grupo Especies Moy. <ul style="list-style-type: none"> • Modelo Educativo, Campaña de Comunicación, Programa de capacitación en Modelo de Negocio, Identificación con la empresa, valor de las funciones y actividades del personal, Investigación sobre el desarrollo personal y profesional de los empleados, Investigación de la contribución social al país.
72	2012	Universidad Hebreaica Programa de Marketing y Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado, cuantitativo y cualitativo, identificación de intangibles, redactar los encabezados con base en los intangibles identificados para llamar la atención de los clientes potenciales, identificar los medios masivos y alteros más convenientes, probar los textos y medios elegidos. • Campaña de promoción, elaboración de medios de promoción (jingle y video promocional)
73	2012	ITESO <ul style="list-style-type: none"> • Conferencia sobre Comunicación impartida por Joan Costa
74	2012 2013	UANE <ul style="list-style-type: none"> • Consultoría Calidad en el Servicio
75	2013	IMECAF Instituto Mexicano de Capacitación en Finanzas <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo académico (Selección de profesores)

76	2012 2013	<p>INSTITUTO RUSO MEXICANO DE CINE Y ACTUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultoría en Marketing y Ventas
77	2013	<p>UNIVERSIDAD ORT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Marketing y Comunicación: • Estudio de mercado, cuantitativo y cualitativo, identificación de intangibles, redactar encabezados con base en los intangibles identificados para llamar la atención de los clien potenciales, identificar los medios masivos y alteros más convenientes, probar los texto medios elegidos.
78	2013	<p>UDEH Universidad del Desarrollo Humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Marketing y Comunicación: • Estudio de mercado, cuantitativo y cualitativo, identificación de intangibles, redactar encabezados con base en los intangibles identificados para llamar la atención de los clien potenciales, identificar los medios masivos y alteros más convenientes, probar los texto medios elegidos
79	2013	<p>L'ORÉAL DE PARIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña de Comunicación Interna para la identificación y pertenencia del personal
80	2013	<p>SPORT PALACE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Mercado para conocer la dimensión del mercado de ropa deportiva en México NSE con base a los intangibles
81	2014	<p>POLLITO</p> <p>Estudio de Mercado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el nivel socioeconómico (NSE) más conveniente de acuerdo al tamaño del mercado de alimentos preparados para gente que trabaja (lunes a viernes) en los turnos primero y segundo así como en fines de semana (familias). 2. Con base al NSE elegido, probar el intangible, es decir, qué compran cuando compran el pollo en fin de semana y entre semana; así como el rango de precio que están dispuestos a pagar. <ul style="list-style-type: none"> • 3. Elegir la zona adecuada para establecer el local de preparación y distribución de pollos
82	2014	<p>Zombie Walk México</p> <p>Diseñar y desarrollar las estrategia de comercialización de los productos Zombie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zombie Walk, México • Zombie Causto <p>Guerra de Bandas</p>
83	2014	<p>UVM</p> <p>Estudio de mercado de los posgrados en México</p> <p>Identificar el crecimiento que tendrán los posgrados en el país con base en la industria mexicana y diversificación internacional</p>

84 2014	CENTRO DE FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN AC Universidad de nueva creación en México
85 2014	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA (SEP FEDERAL) Supervisión del programa de educación digital para desarrollar a los responsables de provincia en creación de del libro de texto de 4º año de primaria
86 2014	FAZENDA Creación de la marca del Fondo de capital privado "Fazenda"
87 2014	FAZENDA Administración y coordinación del evento de lanzamiento del Fondo de Capital Fazenda en Guadalajara Jal.
88 2014- 2015	ORBEN Comunicaciones Empresa de TI Consultoría en RH y capacitación
89 2014- 2015	Espicias Moy Capacitación y supervisión del departamento de RH
90 2015- 2016	ORBEN Comunicaciones Desarrollo de la universidad corporativa
91 2015	COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD División Peninsular Capacitación de los 27 voceros del CFE de la península de Yucatán Curso "Desarrollo voceros" y manejo de medios masivos Manual del curso
92 2014- 2015	Acseza Brasil (Instrumentos de precisión) Comercio internacional Apertura al mercado brasileño
93 2015- 2016	EL CLUB DE LO INESPERADO (Madrid, España) Centro de estudios de educación continua Programa de imagen positiva
94 2015- 2016	Actividades artísticas y culturales
95 2016	Diplomado "Operación Teatral" para el personal operativo del Teatro Esperanza Iris de Villahermosa Tabasco
96 2012- 2014	Desarrollo de Akali, Universidad de Posgrados
97. 2016-2020	Riviera del Pacífico / Siete Cielos Desarrollo turístico en el Océano Pacífico Investigación de Mercado en 20 países para identificar y elegir los clientes

	Capacitación y coordinación de todos los profesionales
98. 2016 - 2017	Akali, Universidad Internacional de Posgrados, akali.mx En esta Universidad, Talentum es el área de Consultoría
99.2017	Centro Educativo Hispanoamericano, Marketing, Internacionalización del colegio, Modelo Educativo, Rediseño de los programas tradicionales a digitales, Rediseño del área de marketing y ventas, diseño de las campañas de Transmedia y Narrativa de Marcas
100. 2017	CECC Centro de Estudios de la Comunicación, CDMX Diseño del programa de maestría "Publicidad Digital"
101. 2018	Comunicación e Imagen a Siete Cielos Estudios de mercado nacional e internacional Nombres de marca, logos, imagen, medios
102. 2018	Congreso Internacional DirCom. Akali - Joan Costa Institute
103.2019	Universidad del Ecuador. Quito Ecuador Diseño del diplomado Marketing Político
104.2019	Mercado Sano. San Miguel de Allende, Gto. Re-dimensionamiento del mercado Pricing (Análisis de precios, diseño del modelo de precios, fijar nuevos precios Rediseño de la administración y del Servicio al Cliente)
105.2021	CleanMate Estudio de Mercado, campaña de comunicación en redes sociales y plan de ventas
106.2021	Softball MX Curso internacional de softball
107.2021	Total Play Estudio de Mercado, campaña de comunicación en redes sociales
108.2021	Fundación Siete Cielos Diseño y ambientación