



## MARY CONWAY

ROLLINS COLLEGE  
BA, Bradley University  
MBA/MIM, Denver University  
Ph.D., University of Kentucky



### GÉNESIS DE UNA MARCA ECOLÓGICA

Los árboles de chicozapote han proporcionado un abundante recurso a la población indígena de Chiapas, México durante siglos, es hule natural para uso industrial y de consumo. El proceso de comercializar la materia prima, ha generado insuficiente prosperidad económica o social, lo que ha forzado a muchos miembros de la comunidad a irse en busca de una vida mejor para sus familias. Para combatir este problema, se formó un consorcio de 2,400 miembros para empoderar a quienes cultivan la goma; los chicleros para controlar más aspectos en los procesos de cosecha, producción y ventas, mejorar las condiciones de vida de la comunidad.

Después de pasar 10 años desarrollando la primera fórmula orgánica, biodegradable de la goma, los chicleros estaban listos para presentar la marca y lanzar el producto en BIOFach, la feria comercial orgánica más grande del mundo, en Alemania. El consorcio enfrenta el reto de desarrollar una marca que resuene con los consumidores que no saben mucho acerca del producto, sin embargo, se mantienen fieles a la cultura de los productores.

Mary Conway Dato-on recibió su PhD en Mercadotecnia de la Universidad de Kentucky y desde entonces, ha servido en varias instituciones académicas, lo más reciente, como Profesora de Negocios Internacionales y Emprendimiento Social en el Rollins College, Crummer Graduate School of Business y como profesora visitante en la Escuela de Negocios del IPADE en México. También es la Mentora de la Facultad en el Programa de Enlaces Globales, Directora de la Facultad para el Social Innovation & Entrepreneurship Hub y es *Fulbright Scholar* (2013). Sus áreas de enseñanza incluyen negocios internacionales, mercadotecnia, y emprendimiento social. También lidera proyectos de consultoría bianuales para resolver problemas de negocios del mundo real. Ha enseñado en varios países como Dinamarca, España, Japón, China, y Filipinas.

Su experiencia corporativa incluye puestos en las Filipinas, Japón, y los EE.UU., en diversos sectores de capacitación ejecutiva, manufactura, y mercadotecnia. Ella continúa ofreciendo consultoría en estas áreas.

Sus intereses de investigación incluyen mercadotecnia internacional, *branding* no lucrativo, emprendimiento social, conducta transcultural de los consumidores, así como género y ética en mercadotecnia. Ha publicado un libro, varios capítulos en otros libros, artículos en revistas académicas líderes y presentado numerosas conferencias profesionales y académicas y además pertenece a varios consejos y comités académicos.