



Seth Godin

AUTOR

La mayoría de las empresas siguen invirtiendo en estrategias de marketing basadas en el alcance y la repetición: compran la atención de personas que no la han solicitado. El problema más profundo es que, en un sector saturado, ser uno más del montón equivale hoy en día a pasar desapercibido. Las empresas que se han ganado una lealtad genuina no lo han conseguido por ser más ruidosas, sino por ser una opción que merece la pena elegir.

Seth Godin es el creador del modelo de «marketing de permiso» y autor de 21 éxitos de ventas internacionales, cuya obra ofrece a las organizaciones argumentos concretos que demuestran por qué la interacción basada en la confianza y el consentimiento voluntario supera a la interrupción en todas las fases de la relación comercial.

biografía de Seth Godin 2026

Por qué las organizaciones colaboran con Seth Godin

- El marco del marketing de permiso, articulado por primera vez en 1999, se adelantó a los mecanismos ahora codificados en el RGPD, la legislación sobre consentimiento para el correo electrónico y el movimiento del inbound marketing. Las organizaciones que trabajan con Godin se basan en la fuente original, no en un derivado
- *Purple Cow* ofrece un argumento genuinamente comprobable: la singularidad debe integrarse en el producto o servicio desde el principio, no aplicarse como una capa de marketing a posteriori: un desafío directo a la secuencia de I+D y comercialización de la mayoría de las organizaciones
- Su obra abarca 21 bestsellers a lo largo de tres décadas con un hilo intelectual coherente; los compradores no interactúan con un ponente de una sola tesis, sino con alguien cuyo pensamiento ha demostrado ser duradero a lo largo de múltiples ciclos de mercado
- Incluido en el Salón de la Fama del Marketing (2018), el Salón de la Fama del Marketing Directo (2013) y el Salón de la Fama del Marketing de Guerrilla —la única persona conocida que ostenta los tres—, lo que le otorga una validación externa en todo el espectro de la práctica del marketing
- Su blog diario, que lleva más de 25 años en funcionamiento sin interrupción, es en sí mismo una prueba del valor acumulativo de la comunicación coherente y basada en el consentimiento: una demostración viviente del principio que enseña

DISPONIBLE PARA

- Compromiso tras la cena
- Conferencias

TEMAS DE CONVERSACIÓN DE SETH

- Emprendimiento
- Estrategia de crecimiento
- Estrategia de Marca
- Innovación y disrupción
- Narrativa y comunicación empresarial

IDIOMAS: Inglés

Aspectos destacados de su biografía

- Autor de 21 bestsellers internacionales traducidos a más de 38 idiomas, entre los que se incluyen «*Permission Marketing*», «*Purple Cow*», «*Tribes*», «*Linchpin*», «*This Is Marketing*» y «*This Is Strategy*» (bestseller nacional de 2024).
- Creador de los marcos de «marketing de permiso» y «marketing de interrupción» (1999), que ahora son fundamentales para el marketing digital, las prácticas de CRM y la regulación del consentimiento en todo el mundo
- Fundador de Yoyodyne, una empresa pionera en marketing de permiso vendida a Yahoo! en 1998; ocupó el cargo de vicepresidente de marketing directo de Yahoo! tras la adquisición
- Incluido en el Salón de la Fama del Marketing (AMA Nueva York, 2018), el Salón de la Fama del Marketing Directo (2013) y el Salón de la Fama del Marketing de Guerrilla
- MBA por la Stanford Graduate School of Business; licenciado en Informática y Filosofía por la Universidad de Tufts
- Fundador de altMBA, un taller intensivo en línea sobre liderazgo y toma de decisiones
- Cinco charlas TED; autor de uno de los blogs de negocios diarios más leídos del mundo

Biografía

Seth Godin vendió su primera empresa, Yoyodyne, a Yahoo! en 1998 por 29,6 millones de dólares. Se trataba de un negocio de marketing de permiso: construido en torno al argumento, entonces contrarian, de que llegar a las personas que habían dado su consentimiento para recibir tus mensajes valía más que llegar a un número mucho mayor de personas que no lo habían hecho. Ese argumento es ahora la base estructural del marketing por correo electrónico, la gestión de las relaciones con los clientes (CRM) y la regulación del consentimiento de datos en la mayoría de los mercados.

Su libro de 1999, *Permission Marketing*, dio nombre a este marco e introdujo su contrapartida: el marketing de interrupción, la lógica de comprar la atención de personas que no querían prestarla. La tesis central del libro —que la comunicación anticipada, personal y relevante supera al alcance basado en el volumen en todas las etapas comerciales— ha demostrado ser más duradera que la mayoría de las teorías de marketing de su época. HubSpot creó una categoría de software en torno a una versión de esta. El RGPD la convirtió en una obligación legal.

El mismo argumento estructural recorre su obra posterior. *Purple Cow* defendía que un producto digno de atención es la condición previa para un marketing que merezca la pena. *Tribes* replanteó el liderazgo como la construcción de comunidades en lugar de una jerarquía. *This Is Strategy*, publicado en 2024 y un éxito de ventas nacional en EE. UU., ofrece a las organizaciones un marco práctico para distinguir entre el pensamiento sistémico a largo plazo y la planificación reactiva. Cada libro profundiza en la misma pregunta subyacente: ¿qué se necesita realmente para ganarse la atención y la confianza de las personas que tienen la posibilidad de elegir?

Posee un MBA de la Stanford Graduate School of Business y es licenciado en Informática y Filosofía por la Universidad de Tufts. Miembro de tres salones de la fama del marketing y autor de 21 éxitos de ventas

internacionales, Godin escribe un blog diario que lleva más de 25 años publicándose sin interrupción; un corpus de obra intelectual pública que pocos escritores de negocios, a cualquier nivel, han igualado.

Temas clave de sus conferencias

- Marketing basado en el permiso y compromiso voluntario
- Diferenciación de mercado y la lógica de lo memorable
- Estrategia, pensamiento sistémico y planificación a largo plazo
- Liderazgo de tribus y crecimiento impulsado por la comunidad
- La práctica creativa y la disciplina de entregar resultados
- La economía de la atención en mercados saturados
- Comunicación climática y acción colaborativa

Ideal para

- Directores de marketing y equipos de liderazgo de marca que están replanteándose la estrategia de captación y retención
- Directores generales y responsables sénior de estrategia que ponen a prueba su lógica de diferenciación
- Fundadores y líderes en fase de crecimiento que construyen la identidad de su categoría
- Consejos de administración y equipos ejecutivos que están redefiniendo sus marcos de planificación en condiciones volátiles

Resultados para los participantes

- Una comprensión práctica del marco del marketing de permiso y de cómo se aplica a la estrategia actual de captación y retención de clientes
- Un argumento contrastable de por qué la singularidad debe preceder a la inversión en marketing, y no seguirla
- Un enfoque práctico de la diferencia entre las tácticas de atención a corto plazo y la construcción de confianza a largo plazo
- Exposición al enfoque de pensamiento sistémico de *This Is Strategy*, útil para equipos que confunden las tácticas con la estrategia
- Un cuestionamiento de las suposiciones predeterminadas sobre el alcance, el volumen y la interrupción como palancas comerciales

Seth Godin's 2026 charlas & temas

El engaño de Ícaro: ¿Hasta dónde llegarás?

En esta charla se defiende que, en la economía actual, la seguridad reside en la ambición creativa —y no en el conformismo— y que las organizaciones que restringen la contribución individual para proteger el statu quo están asumiendo un mayor riesgo a largo plazo que aquellas que no lo hacen.

Puntos clave:

- Por qué el conformismo ya no ofrece la seguridad que antes parecía ofrecer
- Por qué la producción creativa es escasa y tiene un valor comercial que la mayoría de las organizaciones subestiman

- Cómo la mentalidad de un artista —realizar un trabajo valiente, específico y humano— produce resultados más duraderos que la optimización en aras de la previsibilidad
-

«La vaca morada: transforma tu negocio siendo extraordinario»

Esta charla ofrece a las organizaciones un marco práctico para comprender por qué situarse en la mediocridad es la posición competitiva más peligrosa que existe, y qué significa integrar el carácter excepcional en un producto o servicio desde el principio.

Puntos clave:

- La distinción entre ser genuinamente notable y pasar desapercibido en un mercado saturado
 - Por qué la diferenciación debe ser estructural, no superficial, y debe incorporarse antes de que comience el marketing
 - Cómo pueden las organizaciones utilizar el marco de la «Vaca Púrpura» para poner a prueba si su producto merece la pena ser notado en primer lugar
-

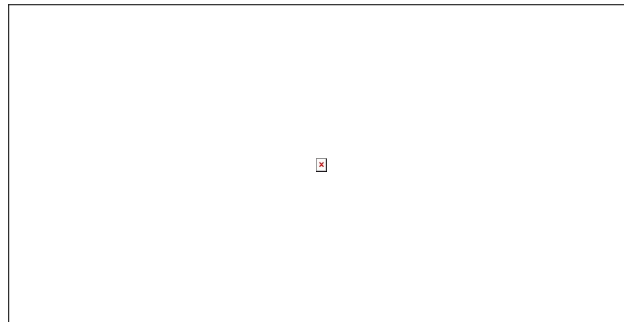
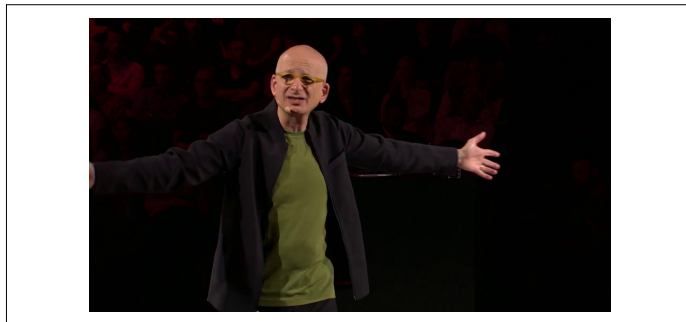
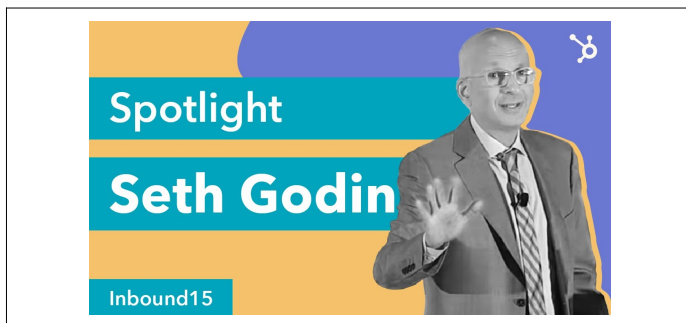
Tribus: Necesitamos que nos guíéis

Basándose en el marco conceptual de «Tribes», esta charla sostiene que Internet ha eliminado las barreras infraestructurales que impedían el liderazgo, y que lo que la mayoría de las organizaciones necesitan no es más gestión, sino más personas dispuestas a conectar y liderar una comunidad en torno a una idea compartida.

Puntos clave:

- Por qué el liderazgo está ahora al alcance de cualquiera que esté dispuesto a asumir la responsabilidad de un grupo de personas con valores compartidos
- Cómo identificar, conectar y movilizar a una tribu en torno a una causa o un producto
- El riesgo específico de defender el statu quo cuando las condiciones que lo crearon ya han cambiado

Seth Godin's Videos



Lo que dicen los clientes de Seth Godin

La presentación del Sr. Godin dio justo en el clavo con nuestro público. Aunque nuestro público era muy variado, él planteó cuestiones relevantes para todos y ofreció ideas muy útiles.

Centro de Artes Creativas

Seth Godin's 2026 speaking fees

Las tarifas específicas se sitúan dentro de los márgenes indicados. Se presentan a título orientativo y están sujetas a cambios sin previo aviso.

	EUR	GBP	USD
País de origen	€90000 plus	£75,000 plus	\$100000 plus
Asia Pacífico	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Europa	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Oriente Medio y África	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Sudamérica	Please enquire	Please enquire	Please enquire

Reino Unido	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Costa Este de EE.UU	€90000 plus	£75,000 plus	\$100000 plus
Costa Oeste de EE.UU	€90000 plus	£75,000 plus	\$100000 plus
Virtual	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000