

Fecha <b>01.10.2009</b>	Sección <b>Cartera</b>	Página <b>6</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------

# Mercadólogos unen sus esfuerzos con el Tecnológico de **Monterrey**

**Jorge Arturo López Gómez**

Jorge.lopez@eluniversal.com.mx

Los profesionistas de la mercadotecnia continúan buscando alianzas con el mundo académico y esta ocasión será con el **Tec de Monterrey** con el cual organizarán su congreso anual "Encuentro Internacional de Marketing Directo Interactivo".

En la reunión mensual de negocios de la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Indirecta (Directa), su presidente Eduardo Achach, dio a conocer que el evento al cual asistirán eminencias nacionales e internacionales se realizará en marzo en el **Tec de Monterrey** campus ciudad de México.

Gerardo Guerrero, director de Directa, explicó que la asociación busca "tener mayor vinculación no sólo con el ámbito académico a nivel licenciatura, sino también de postgrado, negocios, incubadoras de empresas, etcétera". Explicó que en esta edición se espera que la vinculación entre la asociación y el **Tec** sea amplia, principalmente por los sectores a los que llega la institución académica.

"Normalmente llegábamos a nuestro mismo público con nuestras empresas y agencias asociadas, pero ahora vamos a vincularnos con empresarios que ejercitan otras disciplinas del marketing que no es el directo e inte-

ractivo; esta ocasión llegaremos a empresarios y qué mejor que con una marca de vanguardia como **Tec**", apuntó Gerardo.

Por otra parte se dio a conocer que la sexta entrega anual de los Premios Painani, en la que la asociación reconocerá a las mejores campañas de mercadotecnia directa e indirecta, será en noviembre. Las categorías en las que los socios podrán participar son: campañas de mercadotecnia directa e integral, campañas en lo individual, con correo directo impreso, telemarketing, mercadotecnia *On line* y activación de marca, entre otros.

Gerardo Guerrero explicó que este premio es el único de mercadotecnia directa en México. Las categorías que se evalúan en las campañas son: pensamiento estratégico, creatividad, y resultados demostrados en campaña. "Es un premio con prestigio internacional ya que muchas campañas concursan luego en otros premios como Echo Award de la Direct Marketing Association en EU".

## Neuromarketing

En la reunión mensual, Jorge Alagón, vicepresidente de Millward Brown, dio una ponencia sobre el *neuromarketing*, que consiste en la aplicación de técnicas de la neurociencia a estímulos de *marketing*, para entender qué factores influyen en los consumidores.

