



Día de la Inteligencia de Mercados *Vinculando a la comunidad regiomontana de inteligencia de mercados*



El 2 y 3 de septiembre del presente año se llevó a cabo la celebración del Día de la Inteligencia de Mercados, la cual tuvo como sede la ciudad de Monterrey, N. L.

Dicho evento fue organizado por la AMAI en colaboración con Aga Marketing y el ITESM, campus Monterrey.

El evento constó de dos Jornadas enfocadas al intercambio de ideas y puntos de vista sobre el entendimiento contemporáneo de los mercados y los consumidores, teniendo como propósito principal la vinculación de la comunidad regiomontana de inteligencia de mercados con los profesionales de la industria y el futuro talento.

La primera Jornada se llevó a cabo en el Club Ejecutivo y estuvo dirigida a profesionistas de las empresas y agencias más representativas del giro en la ciudad de Monterrey. Como expositores, contó, entre otros expertos, con la participación de: Heriberto López Romo, Presidente de la AMAI; Alejandro Garnica, Vicepresidente de la AMAI; el Dr. Antulio Ortiz, CEO de Aga Marketing; la Dra. Silvia González, profesora en el De-

partamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales del ITESM, campus Monterrey; Claudio Flores Thomas, Vicepresidente y socio de Lexia...

Algunos temas que se expusieron fueron "Inteligencia de mercados, soporte angular de una empresa cliente-céntrica"; "La clase media en México"; "Engagement, clave para el desempeño de las marcas"; y "Neuromarketing, promesas y retos para el investigador de mercados".

Como parte del programa se llevó a cabo un panel de discusión conformado por un grupo de directores que compartieron experiencias y casos de éxito de sus empresas. Así mismo, para complementar el programa, se impartieron simultáneamente dos talleres personalizados: el taller de *Storyteller*, impartido por Heriberto López Romo, quien habló sobre la identificación, desarrollo y evaluación de historias y contenidos; y el taller de *Trendhunting* como una nueva forma de predecir el comportamiento de los consumidores, impartido por Gabriela Arriaga, co-fundadora y Directora General de la agencia Leonardo 1452.



La segunda Jornada se llevó a cabo en el Auditorio de Comunicación del Centro de Biotecnología del ITESM, campus Monterrey y estuvo dirigida a profesionistas y estudiantes de carreras como Mercadotecnia y Negocios Internacionales.

Algunos de los temas impartidos en esta Jornada fueron "Megatendencias en investigación de mercados", "Trendhunting como nueva disciplina de *marketing*" y "Neuromarketing". Así mismo se llevó a cabo un Panel de Exalumnos del ITESM involucrados en el ramo de inteligencia de mercados en el que compartieron sus experiencias laborales con un foro conformado principalmente por estudiantes.

Uno de los principales objetivos fue concientizar acerca de la importancia de descubrir nuevas rutinas, hábitos y deseos que se desarrollan en la interacción con un producto o servicio, así como las nuevas tendencias y formas de recolectar información.

Ésta fue la primera ocasión en que estas tres organizaciones líderes unieron esfuerzos para ofrecer este evento único en Monterrey, ya que asumieron el reto de reunir a profesionales tomadores de decisiones en empresas e instituciones, agencias de inteligencia de mercado, profesores y estudiantes con el propósito de promover el uso de herramientas que favorezcan entender y conocer mejor a los consumidores.



El Día de la Inteligencia de Mercados es una iniciativa de colaboración entre instituciones con la finalidad de reforzar lazos profesionales y compartir conocimientos

