

Estudiantes del Tec, Anáhuac e Ibero lideran primer congreso de MKT



Con personalidades como Michael Capuano, director de marketing de **McDonalds** y Fausto Costa, CEO de **Nestlé México**, estudiantes de mercadotecnia del Tec en conjunto con otras universidades, realizaron el evento **Be MKT**.

Be MKT es el primer congreso interuniversitario de mercadotecnia organizado por las **Sociedades de Alumnos de Mercadotecnia del Tec campus Ciudad de México**, Universidad Anáhuac, La Ibero y La Salle.

Julio Amieva, estudiante de la carrera de Mercadotecnia y Comunicación, así como presidente de la sociedad de Mercadotecnia del Tec en Ciudad de México, habló sobre el evento realizado en la universidad Anáhuac Norte.

*“El objetivo general de **BE MKT** es compartir experiencias con todo el alumnado posible para que ellos puedan actualizarse de información, ya que no toda la información que, por ejemplo, estuvo aquí, está en los libros”, comentó.*



width="900" loading="lazy">

El evento contó con **más de 10 ponencias con expertos de la mercadotecnia y marcas nacionales**. Se abordaron temas como el análisis de data, marketing futurista, inteligencia artificial, nuevas tecnologías como el 5G, entre otros.

“Lo que este tipo de eventos dan, tanto a los ponentes como a los alumnos e invitados, son experiencias de vida” dijo Arturo Islas

Entre las ponencias destacó el *“Pannel Luxury”*, donde participaron Cristina Pineda, cofundadora de Pineda Covalín; Lorena Rodríguez, directora de Marketing y Comunicaciones de Mont Blanc; Daniela Zamudio de Marketing y Comunicaciones de Tiffany y Renata Del Sordo, directora de Mercadotecnia de Palacio de Hierro.

En dicho panel se habló sobre sus trayectorias y cómo es trabajar con marcas de lujo. También hablaron sobre la adaptación que tienen las marcas hacia los nuevos tipos de consumidores, refiriéndose a los jóvenes.