

## La FCA sede del V Encuentro Nacional y III Internacional de Mercadotecnia

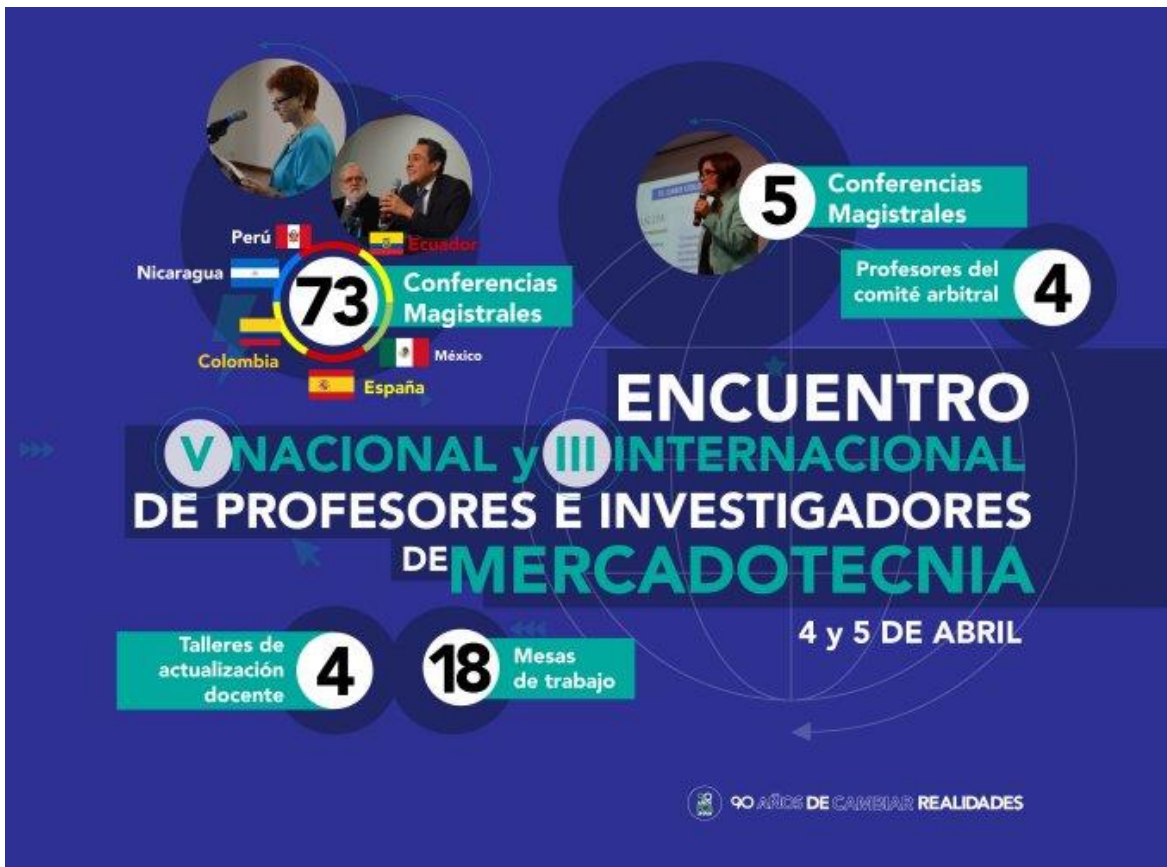
2 de abril de 2019

Redacción: Lorena Villalobos Melgoza

- “Este evento se enmarca en los festejos por nuestros primeros 90 años” THRP

Los días 4 y 5 de abril se llevó a cabo en la FCA el V Encuentro Nacional y III Encuentro Internacional de Profesores de Mercadotecnia, en el que se llevaron a cabo 5 Conferencias Magistrales, 73 Ponencias de académicos de México, Colombia, Ecuador, Perú, España y Nicaragua, además de 18 Mesas de Trabajo, y 4 Talleres de actualización docente en Mercadotecnia.

La ceremonia de inauguración fue presidida por el Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez, director de la FCA, quien fue acompañado en el presídium por el Dr. Armando Tomé González, secretario general; el Dr. José Ricardo Méndez Cruz, secretario de Divulgación y Fomento Editorial; la Dra. Laura Estela Fischer de la Vega, líder de la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia y el Dr. Claudio Maubert Viveros, presidente de la Academia de Mercadotecnia de la FCA-UNAM.



El Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez, al inicio de su discurso se congratuló por que la FCA abrió nuevamente sus puertas a este importante Encuentro e hizo una reseña histórica del inicio del mismo, cuya inauguración, dijo, fue en 2008 con sede en esta Facultad; el cual fue apoyado en ese momento por quien hoy es nuestro secretario general. Afirmó que en el II Encuentro se realizó en la Universidad Autónoma del Carmen, Campeche, y que contó con el apoyo de la Asociación de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración, ANFECA.



Agregó que, durante el III Encuentro Nacional, celebrado en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo se contó por primera vez con trabajos de académicos de Colombia, Cuba y España, y que fue en ese momento que se integró oficialmente la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia que actualmente cuenta con mil integrantes de América Latina y España. Agregó que el IV Encuentro Nacional y II Internacional se realizó en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, y que finalmente, hoy nos reencontramos en el máximo recinto de la Facultad de Contaduría y Administración.

El Director de la FCA, aseguró que este evento se enmarca en los festejos por nuestros primeros 90 años, en los que celebramos: 90 años de cambiar realidades; de hacer cosas nuevas para fortalecer las áreas del conocimiento de nuestras disciplinas. Más adelante señaló que la FCA nació junto con la Autonomía Universitaria en un decreto que se publicó el 26 de julio de 1929, donde “los universitarios debemos fortalecer este carácter, defenderlo y cuidarlo, porque es uno de los activos más importantes que tiene la Universidad Nacional Autónoma de México”, indicó.

Afirmó que “todas las actividades que hacemos en esta Facultad nos demuestran la fortaleza que tiene esta joven Facultad de 90 años”. Tomás Humberto Rubio Pérez, puntualizó que “La FCA seguirá siendo una Facultad fuerte, joven, porque siempre nos seguiremos renovando para formar a lo mejor que tenemos que son nuestros alumnos”.

Para finalizar su intervención en esta ceremonia de inauguración, el Director invitó a la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia a que consideren las instalaciones de esta Facultad para celebrar sus próximos encuentros y declaró formalmente inaugurado el II Encuentro Nacional y III Encuentro Internacional de Profesores e Investigadores en Mercadotecnia.



Por su parte, la Dra. Fisher de la Vega, dijo estar contenta de estar en la FCA como en el 2008 cuando se llevó a cabo el I Encuentro Nacional de Profesores de Mercadotecnia; el cual tiene como objetivo: Conocer, difundir y enriquecer el trabajo académico y de investigación de los catedráticos e investigadores del área mercadotecnia de las instituciones de Educación Superior; además de difundir los resultados y promover el diálogo académico.

Señaló que se recibieron 103 trabajos que fueron arbitradas un proceso doble ciego, de las cuales 11 fueron colombianas, dos de Ecuador, una de Perú, una de España, una de Nicaragua, y el resto de México, agradeció la participación a los 44 profesores del comité arbitral y a los profesores de la Academia de Mercadotecnia de la FCA.



Las conferencias magistrales que se llevaron a cabo en este magno evento fueron: Retos en el Consumo para 2019; El Consumo socialmente responsable y su involucramiento en la estrategia de comunicación: caso Colombia; El Futuro de la industria de la investigación de mercados; El poder de los influencers en la decisión de compra de los consumidores; Recursos digitales del INEGI, DENU, Inventario Nacional de viviendas y mapa digital de México.

