

# Revista R

Link de consulta: <http://www.revistaerre.com/publicitarias.htm>

Mayo 2011

## **Arturo Huerta es electo presidente de CICOM**

.La Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotécnica (CICOM) elige Arturo Huerta como su presidente para el periodo 2011-2012, sustituye a Clemente Cámara, Presidente y Director General de Clemente Cámara y Asociados.

Arturo Huerta ha sido vicepresidente de CICOM y presidente de la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa. El año pasado fue reconocida su trayectoria profesional y empresarial y fue nombrado a ocupar un lugar en el 'Salón de la Fama 2010' de la Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa. Un galardón que dicha asociación ofrece a los profesionales dedicados al marketing directo desde el 2004.

Arturo Huerta es ingeniero químico por la Universidad Nacional y posee una Maestría en Negocios, cuenta con una vasta experiencia de más de 25 años en las áreas de Investigación de Mercados, Mercadotecnia Directa, CRM, Publicidad, manejo de bases de datos, diseño y marketing en general. Gracias a esta experiencia ha logrado fundar varias empresas orientadas a las diversas áreas de la mercadotecnia, entre las que destacan Business Strategic Consultants, Time System, Shop and Check, MRM(Mc Cann) y Business Advantage en donde actualmente funge como Presidente.

Entre sus principales clientes destacan American Express, Mercedes Benz, Novartis, Avaya, V.W., Audi, BBVA Bancomer, Syngenta, Consejo Mexicano de Promoción Turística y GNP, entre otros.

“Me siento muy honrado por el voto de mis colegas de otras asociaciones, en mi trayectoria profesional he buscado las mejores alternativas para los clientes

apostando a estrategias de comunicación integral buscando aliados estratégicos y promoviendo los servicios de agencias pertenecientes a todas las disciplinas de la comunicación, que permitan a las marcas un mejor retorno de su inversión”. Comentó Arturo Huerta quien también ha trascendido en el área docente al impartir diversos cursos de maestría y diplomados en el ITAM, la UNAM, la Universidad de la Comunicación y el TEC de Monterrey, todos ellos enfocados a las diferentes áreas de la mercadotecnia. Destaca además, su participación como ponente de diversos seminarios orientados a las diversas áreas de la mercadotecnia.