

Celebra AMCO 35 aniversario

Premia las mejores prácticas en comunicación corporativa

La Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO) celebró su trigésimo quinto aniversario dentro del marco de su Encuentro Anual, que este año, en su edición número 34, tuvo como tema "Visión y Retrospectiva: 35 Años de Comunicación en las Empresas".

El evento consistió en una serie de conferencias dictadas por expertos de la comunicación, en las que se abordaron diversos temas. Asimismo, tuvo lugar la entrega del Mérito AMCO y del Premio AMCO a las mejores prácticas de comunicación corporativa.

Dio la bienvenida Rubén Darío Gómez Castro, presidente de la AMCO; enseguida, Victoria Holtz, directora general de TMI World y Tack International, dictó una charla sobre "La importancia de la pasión por lo que hacemos", para luego ceder la palabra a Elsa Mercado, directora de Comunicación Institucional y Responsabilidad Social Corporativa de Grupo Scotiabank, quien habló sobre la credibilidad como factor de éxito.

Más adelante, Ramón Alberto Garza, director general de Índigomedia México, presentó el concepto "Brainmedia", que mezcla el mundo editorial con el diseño multimedia para crear una nueva manera de recibir información y publicidad. Por su parte, Laura Galguera, investigadora y académica de la Universidad de Oviedo y de la Universidad de Columbia, habló sobre estrategias de comunicación en un mercado acelerado.

Carlos Fernández, investigador y académico, presidente de la recientemente creada Asociación Iberoamericana de la Comunicación (ASICOM),

explicó el convenio de colaboración al que se llegó recientemente con la AMCO para potenciar las redes sociales de los comunicadores. "Deseamos replicar este convenio con otras asociaciones de comunicadores en la región para trabajar en conjunto y fortalecer la labor del comunicador", aseveró.

Para concluir las ponencias, Sergio Uzeta, director general de Notimex, abordó el rol de las agencias informativas y de las organizaciones como formadoras de opinión pública.

Al término de las conferencias magistrales, el presidente de la AMCO presentó su primer informe anual de resultados. Resumió las actividades del gremio a lo largo del año, entre ellas 10 desayunos-conferencias, dos talleres y una presentación de libro, a cargo de 15 distintos ponentes. En estos eventos se discutieron temas como el estado actual de la comunicación corporativa, el uso de información estadística para desarrollar estrategias de comunicación, manejo de crisis, competencias gerenciales, responsabilidad social, Internet 2.0 y campañas sociales, entre otros.

Finalmente, Rubén Darío Gómez Castro también señaló que este año la asociación se encuentra con un saldo en blanco y ha incrementado su eficiencia y transparencia. También ha aumentado el número de agremiados. Al cierre de 2007, la AMCO contaba con 275 socios que representan a 85 empresas (entre ellos 10 socios independientes). Al cierre de 2008, 365 socios de 120 empresas son parte de la organización (incluidos 25 socios independientes).





Rubén Darío Gómez, Carlos Fernández, Laura Galguera y Carlos Muñoz.