

# Prólogo

Inmersos en el trabajo cotidiano, donde se ha impuesto el ritmo de una inmediatez siempre cambiante y una aceleración que no deja tiempo para otra cosa que adaptarnos a los retos educativos, económicos, laborales y sociales (guiados en gran medida por la vertiginosa velocidad de las nuevas tecnologías de comunicación e información), ha caído casi en desuso el ejercicio necesario de la remembranza.

Por fortuna, la disolución de este ejercicio (que también es un arte) no ha permeado en ese lugar del imaginario colectivo que reconocemos bajo los nombres de “fechas especiales”, “efemérides” y “aniversarios”. Por fortuna, digo, porque esas ocasiones hoy más que nunca consagradas para abstraernos de la vertiginosa velocidad del día a día, cobran una enorme relevancia al permitirnos saborear, desde el solaz de la memoria, el arte de la reflexión, del agradecimiento y, no pocas veces, de la contrición y la enmienda, para crecimiento personal y colectivo.

Phillip Kotler, uno de los padres del *marketing* contemporáneo, decía precisamente sobre este concepto (el *marketing*) que era “el arte de crear genuino valor ante tus clientes y ayudarlos a mejorar”. Pues bien, si se conduce bien, el acto de recordar también es capaz de crear valor genuino y ayudar a mejorar y a dar satisfacción a las personas. Imaginen cómo me siento de emocionada y agradecida al tener en mis manos este libro que nos invita a celebrar y conmemorar el 30 Aniversario de la Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, institución que tengo el digno honor de representar. Mientras escribo estas líneas, se agolpan recuerdos en mi mente de cientos de anécdotas, de muchísimos alumnos y de tantos momentos que he vivido en esta casa de estudios, desde que hace 26 años me dieron la oportunidad de dar clases a las y los estudiantes de mercadotecnia.

Con este libro (memoria hoy cifrada en papel para que no sea devorada por el olvido del día a día) no sólo quienes formamos parte de la historia de esta carrera, sino gente de Aguascalientes y de otras entidades tiene la oportunidad de ver desde sus entrañas la historia, el trabajo y los frutos que la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA ha dado a la sociedad. Así, este documento, de suyo importante y entrañable, no sólo hebra su hilo con los conceptos del *marketing* y de la memoria, sino también del agradecimiento, del humanismo y del compromiso social. Por ello, me da satisfacción recomendar su lectura a quienes estén interesados en recorrer en un ratito esta gran historia de trabajo y éxito.

En el marco de estas mismas palabras y este momento tan especial, agradezco a título personal pero también como representante de la comunidad universitaria, a cada uno de las y los docentes, estudiantes, administrativos y egresados que han puesto su granito de arena en la construcción y consolidación de este hermoso proyecto. Por supuesto, agradezco y felicito también a quienes coordinaron este volumen y a las y los autores que le dieron vida. ¡Muchas felicidades a la Licenciatura en Mercadotecnia

y que vengan muchísimos años más llenos de éxito, de servicio a la sociedad, de aprendizajes y satisfacciones!

*Se Lumen Proferre*

Doctora en Administración Sandra Yesenia Pinzón Castro  
Rectora de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

