

Tema: **“Neuromarketing en el diseño: El poder de las emociones y el papel de los códigos simbólicos en la toma de decisiones”**



**LIC. MIGUEL BLAS**

Licenciado en mercadotecnia graduado de la Universidad Rafael Landívar con un Post grado en Neuromarketing avalado por Brain Decision Braidot Centre en Argentina. Con más de 6 años en el ámbito de investigación de mercados, Miguel Blas ha trabajado en diferentes agencias de investigación de mercados reconocidas a nivel Latinoamérica como lo es Latinetwerk Dichter & Neira e Ipsos, realizando estudios a importantes empresas de telecomunicaciones, higiene personal, consumo masivo entre otros. Su experiencia en el sector inmobiliario inicia en Estilo Urbano donde desempeñó el puesto de Jefe de Investigación y Desarrollo brindando importantes insights sobre la toma de decisiones de compra así como las principales razones de aceptación y rechazo de los clientes hacia cada proyecto.

En 2014 Miguel Blas funda Brief Marketing Solutions, empresa la cual brinda soluciones de marketing a micro y pequeños empresarios del interior del país trabajando de la mano con entidades como el Ministerio de Economía y Universidad del Valle de Guatemala sede altiplano, para fomentar la competitividad entre industrias y así lograr un mayor crecimiento en el emprendimiento de nuevos proyectos que ayuden a fortalecer la economía en las familias de la región.

Actualmente Miguel Blas es socio co-fundador de Deep marketing, agencia dedicada a estudios de del comportamiento del consumidor a través de técnicas de neuromarketing brindando a los clientes información relevante sobre las emociones, simbolismos y percepciones que un producto despierta en la mente de cada consumidor, de tal manera que pueda ser de sumo interés para la toma de decisiones de las organizaciones.