

Programación oficial



International Conference in
MARKETING DECISION
MAKING

Lugar: Auditorio Menor, Campus Fraternidad ITM
Calle 54a #30-01, Medellín.

Jueves 9 de octubre de 2025

Sigue la transmisión en vivo a través del canal institucional de YouTube

ITM Académico: << [Transmisión en vivo por YouTube](#) >>

9:30 – 10:00 am | **Registro**

Entrada Auditorio Menor

10:00 – 10:30 am | **Acto de inauguración** | Auditorio Menor

10:30 – 11:30 am | **Conferencia Magistral | Retos del marketing en la era de la inteligencia artificial** | Xavier Arroyo – Presidente Redimarkt – Universidad de Barcelona. **Auditorio Menor**

11:30 – 12:30 pm | **Sesión de ponencias** (ver detalle de programación al final del documento). **Auditorio Menor**

12:30 – 2:00 pm | **Almuerzo Libre**

2:00 – 3:00 pm | **Conferencia Empresarial | De la Atracción a la Retención: Cómo la Fusión de Marketing y Talento Humano Impulsa el Crecimiento Empresarial** | Susana Merizalde Maya y Alejandra Gómez Díaz – IRIS Compañía de Financiamiento. **Auditorio Menor**

3:00 – 3:30 pm | **Conferencia Empresarial | Del producto a la experiencia: marketing de nutrición consciente** | Mónica Martínez Osorio – FUNAT. **Auditorio Menor**

3:30 – 4:00 pm | **Coffee Break**

4:00 – 6:00 pm | **Sesión de ponencias** (ver detalle de programación al final del documento). **Auditorio Menor**

6:00 – 7:30 pm | **Foro | De la Estrategia a los Resultados: Foro de marketing empresarial** | Alfonso López Torres - Director en Karma Publicidad (México) | Judith Posada Marin - Líder de Corporate innovation & Venture programs (Colombia) | Juan Diego Sanchez - CEO & Fundador Donde Darío Restaurante Bar (Colombia) | Xavier Arroyo - Universidad de Barcelona (España). **Auditorio Menor**

7:30 pm | **Mocktail** | Ceremonia de conmemoración de los 10 años de la Revista CEA. **Segundo piso – Bloque N**

Viernes 10 de octubre de 2025

8:00 – 9:00 am | **Conferencia virtual | Social marketing: Selling Brotherhood Like You Sell Soap** | Diogo Veríssimo - University of Oxford. **Auditorio Menor**

9:00 – 11:00 am | **Sesión de ponencias** (ver detalle de programación al final del documento). **Auditorio Menor**

11:00 – 12:00 m | **Conferencia Magistral | Empresas en la encrucijada: el marketing frente a un consumo incierto** | Javier Sánchez Torres - Universidad de Barcelona. **Auditorio Menor**

12:00 – 2:00 pm | **Almuerzo Libre**

2:00 – 4:00 pm | **Sesión de ponencias** (ver detalle de programación al final del documento). **Auditorio Menor**

4:00 – 4:30 pm | **Conferencia Empresarial | Marketing y Ventas Claves para el Crecimiento la Comarca** | Paula Andrea Garcés Montoya - HyR distribuciones. **Auditorio Menor**

4:30 –5:30pm | **Conferencia Magistral | Efecto Disney: de la Inteligencia Artificial a la Inteligencia Emocional** | Alfonso López Torres - Universidad Cuauhtémoc. **Auditorio Menor**

5:30 pm | **Ceremonia de clausura**
Auditorio Menor

Experiencia gastronómica | La Comarca

Programación de ponencias presenciales

<< Transmisión en vivo por YouTube >>

Jueves 9 de octubre de 2025

11:30 – 12:30 m | Auditorio Menor

- Diseño del laboratorio en comportamiento del consumidor: Experiencia educativa en estudiantes de la UPTC** - Olga Patricia Venegas Salcedo, Fabio Blanco-Mesa, Danna Suárez-Gómez, Adriana Vargas-Tibambre.
- Evolución de la investigación en marketing Iberoamericana** - Javier A. Sánchez-Torres, Xavier Arroyo-Cañada, Ana Argila-Irurita, María Luisa Solé-Moro, Fátima Vila-Márquez.
- Estrategias de Marketing Sostenible para la co-creación de valor en procesos de conservación** - Anabel Guzmán Ordóñez, Carlos Andrés Salazar Martínez.
- Marketing relacional y sostenibilidad en emprendimientos femeninos: una experiencia de formación con enfoque de género** - Alejandro Marín-Carmon, Julio Serna-Lopera, Jorge Uribe-Piedrahita

4:00 – 6:00 pm | Auditorio Menor

- Marketing de inmediatez** - Carlos Andrés Muñoz Muñoz
- Percepción de Marca de Fintechs en el Mercado PYME de Boyacá** - Amalia Gutiérrez Sarmiento, Laura Valentina Matamoros Molina, Karen Tatiana Nova Molano, Jorge Enrique Romero Muñoz.
- Validación de un instrumento que mide la capacidad ética de emprendedores universitarios para gestionar el marketing** - Cristian Hernández Gil, Jaime Andrés Castro Lozada.
- Innovación y responsabilidad social: Estrategias de marketing para la sostenibilidad en el sector automotriz en México** - Ingrid Yadibel Cuevas Zuñiga, Misael Martínez Buendia, Ericka Molina Ramírez.
- Vestirse como Arca: del ruido sonoro al ruido estético** - German Gil Mira, Sandra Milena Palacio Lopez.
- Vínculo entre el Mercadeo Relacional y la Economía Circular en instituciones de educación superior: un enfoque para la construcción de una cultura de consumo responsable en comunidades académicas** - Julio Alberto Montoya, Rafael Ángel Salgado Pérez, Ledy Torcoroma Gómez Bayona, Jorge Uribe Piedrahita.
- Narrativa transmedia e inteligencia artificial en intervenciones de salud mental como estrategia de Endomarketing** - Carlos Andrés Trejos-Gil.
- Centros comerciales Pet-friendly: Relación entre la percepción de servicios para mascotas y la intención de visita de los clientes** - Juan Manuel Morales Vélez, Edwin Leonardo Ortegón Cortázar, Leonardo Ortegón Cortázar.

Viernes 10 de octubre de 2025

9:00 – 11:00 am | Auditorio Menor

- Construcción de marca ingrediente sostenible en mercados B2B: Un estudio multi-caso aplicado a modelos de negocio intensivos en conocimiento** - Orlando E. Contreras-Pacheco, Karmen Sofia Bello Prada.
- Greenwashing en América Latina: Impacto efímero en la percepción del consumidor y su uso como estrategia de marketing** - Orlando E. Contreras-Pacheco, Rodolfo Mosquera-Navarro, Juan Camilo Lésmez-Peralta.
- La influencia del Marketing Nostálgico en las decisiones de compra del Consumidor Kidult** - Walter Navas Olmedo, Eliana Palma Corrales, Roberto Herrera Albarracín.
- Algoritmo de IA y privacidad de los usuarios en las campañas publicitarias digitales** - Laura Valencia Pérez, Jaime Alberto Orozco Toro, Isabel Cristina Torres Estrada.
- Gerencia del cliente como estrategia de marketing de servicio: análisis de dos casos de estudio en el sector informal de comidas callejeras en Medellín, Colombia** - Mariana Mosquera Cano, Claudia Vélez-Zapata María, Eugenia Gómez-Zuluaga.
- Del buscador al chatbot: Análisis del consumo digital de IA en jóvenes universitarios** - Mireya Noemí Hernández Islas, María del Carmen Racho Barroso, Anel Flores Novelo.
- Netiquetas: modelo para la migración digital hacia los entornos colaborativos académicos, laborales e interpersonales** - Valentina Salcedo Vizcaíno.
- Percepción del marketing digital en emprendedores, MIPYMES y economía popular del Oriente antioqueño** - Andrea Rincón Álvarez, Yuri Andrea Urrea Marín, Jacobo Ramírez Villada.

2:00 – 4:00 pm | Auditorio Menor

- Estrategias de marketing verde y su relación con la adopción de consumo sostenible** - Jakeline Serrano García, Ledy Gómez-Bayona.
- Narrativas de legitimación y atribución de logros en la comunicación de la RSE: El caso del acueducto metropolitano de Bucaramanga** - Orlando E. Contreras-Pacheco, Nicole Syham Vertel Silva.
- Diferencias en los precedentes de la Intención de uso y el Uso de la IA entre los estudiantes de marketing de España y Chile** - Xavier Arroyo-Cañada, Michele Girotto, Ana Argila, Jordi Campo, Carolina Nicolás.
- Marquee, memes y “Neflis”: Estrategias de proximidad cultural de Netflix en Colombia** - Verónica Heredia-Ruiz.
- En busca de la eterna juventud: diferencias entre jóvenes y adultos en consumo anti edad** - Javier A. Sánchez-Torres, Xavier Arroyo-Cañada, Ana Argila-Irurita, Jordi Campo, Rodolfo Casadiego Alzate.

7. **Análisis del entorno para empresas con visión global, una mirada desde el marketing** - Erica Janet Agudelo Ceballos, Alejandro Valencia-Arias.
8. **Marketing estratégico y humanizado en la era de la IA: integrando inteligencia emocional y negocios en la toma de decisiones** - Deisy Catalina Loaiza Gómez.
9. **Modelo guía para la creación y gestión de marcas para estructurarse como una Love Brand** - Verónica Jaramillo Arboleda, Jaime Alberto Orozco Toro, Isabel Cristina Torres Estrada.

Programación de ponencias virtuales

Fecha: viernes 10 de octubre de 2025

Todas las sesiones virtuales se harán a través del siguiente link de acceso a través de la plataforma TEAMS:

[**<< Conéctese a la sesión virtual aquí >>**](#)

9:00 – 11:00 am

1. **Justicia percibida y marketing ético en el turismo: una revisión integrativa desde la perspectiva de la gobernanza** - Alejandro Echeverri-Rubio, Santiago Castañeda Betancur, Edgar Iván Mariscal Haro.
2. **El Aroma del Tacto: Congruencia Háptico-Olfativa Modula la Valencia Emocional y la Disposición a Pagar** - Juan José Brito Corral, María del Pilar Cabrera Hermida, Fernanda Villavicencio Rodas.
3. **¿Para qué psicólogo si tenemos a Mattelsa? Discursos de salud mental y amor propio en el Branded content de la marca** - César Augusto González Vélez, Andrea Catalina Bernal Bustos, Laura Natalia Niño Soto.
4. **IA y Machine Learning para la segmentación del consumidor espiritual: Un enfoque desde el conectivismo y el análisis de personalidad** - José Manuel Sánchez Sordo.
5. **El activismo de marca de productos fabricados por excombatientes del conflicto armado y su impacto en el comportamiento de compra de los millennials en Colombia** - Juan Camilo Mejía, Carlos Andrés Benítez González, Rafael Martín Curras Pérez.
6. **Del juego a la estrategia: análisis del marketing relacional y digital en ODSL de un país emergente** - Laura Cristina Henao Colorado, Óscar Eduardo Ávila Rodríguez, Deicy Alexandra Arboleda Correa, Silvana Janeth Correa Henao.
7. **Competencias y habilidades para el profesional en Mercadeo Digital. Un estudio comparado entre la oferta académica y la demanda laboral en Colombia** - Mariana Ayala Gallego, Manuela, García Blandón, Daniel Higuita Olaya Herrera, Manuela Moreno Giraldo.
8. **La influencia de la imagen de marca y la percepción de calidad sobre la intención de compra del consumidor en la industria fast fashion** - Verónica Cabrera, María Emilia Guillén, Daniel Cobo, María Villavicencio.

11:00 am – 1:00 pm

- 1. Neuromarketing e EEG: uma abordagem para medir impacto emocional em campanhas publicitárias** - Wesley Alves da Silva, Valdecir Becker, Mateus Lima Cavalcanti de Albuquerque, Alessandro Pinon Leitão.
- 2. Marketing digital para la atracción de turistas: una visión desde los empresarios turísticos** - Liliana de Jesús Gordillo Benavente, Lorena Yasmin Islas González.
- 3. El turismo y los productos agroalimentarios de México** - Yuselim Angélica Villa Hernández, Alberto Cortes Hernández, Víctor Béjar Tinoco.
- 4. El Edu-entretenimiento como estrategia omnicanal: Estudio del Impacto del Contenido Educativo-Entretenido en la Decisión de Compra Turística** - Alejandra Vega Barrios, Nancy Testón Franco, Ruth Josefina Alcántara Hernández.
- 5. Herramientas y técnicas de neuromarketing y sociocibernética para el análisis de redes sociales desde la teoría del comportamiento del consumidor** - Dámaris Roxana Chávez Maza.
- 6. Digitalización de las MYPE en el Perú: vínculos entre marketing digital, conectividad y heterogeneidad territorial** - Miguel Angel Ortiz Chávez.
- 7. Activismo de marca y compromiso intergeneracional: avances de una revisión sistemática** - Jeisson Rincon-Novoa, Sandra Rojas-Berrio.
- 8. Identidad visual de la marca Tijuana. Gestión del conocimiento basado en sus elementos gráficos** - Ma. Cruz Lozano Ramírez.

1:00 pm – 3:00 pm

- 1. Transformando el Pet Marketing a través del Social Media: Miradas pioneras de jóvenes mexicanos** - Flor Madrigal Moreno, Angélica Yuselim Villa Hernández, Salvador Madrigal Moreno.
- 2. Accediendo a tecnologías para productores y emprendedores, sin intermediarios especuladores** - Marco Fabricio Sánchez Maldonado, Marco Gabriel Sánchez Gallegos, Florez Cartagena Linda Estefania, Rojas Villavicencio Niurka Nahomi, Romero Serrano Aymara Galilea, Rodriguez Navarrete Genesis Nicole.
- 3. Crecimiento Estratégico: Tácticas de IA para un Marketing Moderno** - Flor Madrigal Moreno, Víctor Béjar Tinoco, Alejandra Berenice García Torres.
- 4. Analítica de datos y marketing digital aplicados a la implementación de postes Inteligentes en Ciudades Inteligentes** - Roberto Ferro Escobar, Luz Cano Romero, Johnny Alexander Uribe Ochoa.
- 5. Marketing digital y Smart City en Alto Amazonas, Loreto: Una revisión de la Literatura Científica** - Jesús Enrique Reyes Acevedo.
- 6. Efectividad del marketing en redes sociales para marcas locales** - Byron Oviedo-Bayas Emma, Mendoza-Vargas, Cristian Zambrano-Vega, Pamela Guevara-Torres.

- 7. Consumidores enjaulados: cómo la IA predice, condiciona y moldea el comportamiento de compra** - María Fernanda Ramos Martínez.
- 8. Cripto activo como medio de pago en comercio internacional, la voluntad como fuente de derecho internacional** - Edwin Marcelo Rodríguez Castillo.

3:00 pm – 6:00 pm

- 1. Marketing y motivaciones de consumo de suplementos deportivos en jóvenes de gimnasios en Guayaquil** - Carlos Luis Torres Briones, Ruth Sabrina Rojas Dávila.
- 2. Narrativa transmedia y medios especializados: la transformación de Visión Rural en revista digital** - Santiago Santini.
- 3. Imagen percibida de los atractivos turísticos por parte de los turistas extranjeros 2024** - Miguel Armesto Céspedes, Guillermo Agustín Araya Ugarte, Katherine Judith Ramírez Benites, Renzo Alejandro Castillo Sierra, Xiomara Solange Ruiz Villegas.
- 4. Inteligencia artificial aplicada al eye-tracking, análisis de voz y biometría en marketing digital personalizado: revisión sistemática** - Emma Yolanda Mendoza Vargas, Byron, Wladimir Oviedo Bayas, Harold Elbert Escobar Terán, Nelly Narcisa Manjarrez Fuentes.
- 5. Comunicaciones Integradas en Marketing: Estrategias y Herramientas** - Salvador Madrigal Moreno, Yuselim Angélica Villa Hernández, Alberto Cortés Hernández.
- 6. Fortalecimiento del marketing. Caso: Escuela Púrpura** - Ledy Gómez-Bayona, Juliana Tabares-Quiroz, Olga-Vélez Bernal.
- 7. Desarrollo organizacional e intervención en el área de ventas en una empresa de vibrocomprimidos** - Leticia Tapia Ignacio, Oscar Montaño Arango, Cesar Alfonso Arroyo Barranco, Antonio Oswaldo Ortega Reyes.
- 8. Ya nadie escucha por amor: el algoritmo en la escucha de las audiencias. Una aproximación desde el productor musical** - Luis Pérez-Valero.
- 9. Inteligencia Artificial y Ética en el Marketing Sostenible: Desafíos Educativos para una Gestión Responsable** - Claudia Patricia Murcia Zorrilla.
- 10. El marketing como estrategia de sostenibilidad universitaria** - Ledy Gómez-Bayona, Jakeline Serrano-García.
- 11. Evaluando la representación inclusiva mediante visión computacional: el caso del Instagram de ONU Mujeres** - Carolina Nicolas, Michele Girotto, Jordi Campo.