

VIII ENCUESTRO NACIONAL Y VI INTERNACIONAL DE PROFESORES E INVESTIGADORES EN MERCADOTECNIA

5 Y 6 DE JUNIO, 2025 PACHUCA, HIDALGO

JUEVES 5 DE JUNIO 11:15 A 12:15					
MESA 1 Sala 1 Biblioteca	MESA 2 Sala 2 Biblioteca	MESA 3 Sala 3 Biblioteca	MESA 4 Sala 4 Biblioteca	MESA 5 Sala 5 Biblioteca	MESA 6 Sala 6 Biblioteca
Moderadora:	Moderador:	Moderadora:	Moderadora:	Moderadora:	Moderadora:
Dra. Adriana Méndez Wong	Dr. José Luis Susano García	Dra. Blanca Isabel Llamas Felix	Mtra. Patricia del Rosario Cerecedo Nuñez	Dra. Lucina Monzalvo Serrano	Mtra. Mónica Eugenia Peñaaloza Otero
El problema de la gentrificación y turistificación En Playa del Carmen, México: impactos y soluciones	Impacto de la Transformación Digital en las PYMES de Comercio Minorista	Next-Gen Sustainability: Enfoque Eco-Consciente en Generaciones Z y Alfa hacia estrategias de Marketing Digital Sostenible	Percepción de los estudiantes de la universidad tecnológica de Nezahualcóyotl sobre las iniciativas del marketing verde y su impacto en la lealtad de marca	Intención de los jóvenes poblanos en la adopción de prácticas sostenibles para el cuidado del agua	Estudio de caso en marketing social: innovación y experiencias en España para el cambio social

Christopher Salvador, Yafte Alcantar Miranda	Natalia Pérez-Escutia	Esther Morales Priego, José Luis Delgado Gutiérrez	María de Lourdes Jiménez Calvo, María Isabel Téllez García, Ruth Alonso Aldana	Jessica Müller-Pérez, Montserrat Sánchez Espinosa, Zaira Sotelo Alarcón	Adriana Álvarez Vanegas
--	-----------------------	--	--	---	-------------------------

Impulsar el crecimiento de las empresas socialmente responsables en Veracruz	La inteligencia artificial (ia) y las mipymes	Marketing socialmente responsable en la industria de la moda rápida: El caso de las estrategias digitales y su impacto en el consumidor del Valle de México	Adopción de Aplicaciones de Taxi y Marketing Socialmente Responsable en Conductores de Villahermosa, Tabasco, México: Una Revisión de Literatura	Habilidades clave para el mercadólogo: Perspectiva del sector empresarial en Tlaxcala	Análisis comparativo de actitudes hacia la sostenibilidad en la Zona de Integración Fronteriza Ecuador-Colombia
--	---	---	--	---	---

Luis Alberto Andrade Hernández, María del Carmen García García	Mónica Álvarez García, Margarita Larios Calva, Carlos Guerrero Ibarra	Teresa Martina Ascencio Hernández, José Yamil Islas Vega, Emiliano Torres Chávez	Carlos Villegas Pérez, Salvador Neme Calacich, Alfredo Guatemala Mariano	Acela Trevera Dávila	Luis Homero Viveros Almeida, Claudia Magali Solarte Solarte
--	---	--	--	----------------------	---

Factores Saludables y Autoactualización: Claves para el Bienestar Integral del Consumidor	Herramientas de Transformación Digital: Estudio de Caso	Turismo sostenible y generación Z: patrones de uso de agua en destinos turísticos	Sostenibilidad y comportamiento de compra en la Generación Z: una revisión sistemática de literatura sobre moda ética y consumo consciente a nivel global	Productos alimenticios: estrategias de marketing de las marcas y su impacto en los consumidores	De las cundinas a la inteligencia artificial: hacia un modelo de financiamiento justo basado en conocimiento colectivo
---	---	---	---	---	--

Ana Lucía Ruiz Vigil, Adriana Méndez Wong, Juan Bernardo Amezcua Nuñez	Gabriela Velasco Rodríguez, Adolfo Pedro Guzmán Ramírez, María Gorety Flores Ortega	Álvaro Enrique Lima-Vargas, Suemi Lima-Vargas	Alfredo Guatemala Mariano, German Martinez Prats, Maximiliano Martínez Ortiz	Alejandra Berenice García Torres, Salvador Madrigal Moreno, Yuselim Angélica Villa Hernández	Shirley Lorena Bravo Rojas, Hugo Giovanni Téllez Navia
--	---	---	--	--	--

JUEVES 5 DE JUNIO 12:30 A 14:00				
MESA 7 Sala 1 Biblioteca	MESA 8 Sala 2 Biblioteca	MESA 9 Sala 3 Biblioteca	MESA 10 Sala 4 Biblioteca	MESA 11 Sala 5 Biblioteca
Moderadora:	Moderadora:	Moderador:	Moderadora:	Moderadora:
Dra. Flor Madrigal Moreno	Dra. Berenice Juárez López	Dr. Emigdio Larios Gómez	Dra. Heidy Cerón Islas	Mtra. Juana Alicia Villareal Cavazos
Métodos sustentables aplicados como ventaja competitiva en el mercado de la industria textil en Actopan, Hidalgo	Comparativo de aceptación para su consumo de una golosina con proteína obtenida de suero lácteo	Distribución de los Servicios de Hospedaje en Ciudad del Carmen, Campeche: Núcleo Estratégico para la Industria Petrolera.	Percepción de la calidad del servicio que la UAEH brinda a los consumidores de movilidad entrante	Inteligencia Artificial en el Comercio Electrónico Global: Tendencias, Aplicaciones y Desafíos

Perla Jazmín Larios González, Nancy Ivvett López Granados	Juan José Aguilar Lugo Marino, Eva Rossina Aguilar Lugo Gítez, José Humberto Roacho Ramirez	Patricia Cerecedo Nuñez, Dariola Astrid Castillo Trejo	Heidy Cerón Islas, Sharon Priscyla Orta Villeda	Alfredo Guatemala Mariano, German Martinez Prats, Verónica Vázquez Vidal
---	---	--	---	--

Neuroturismo 4.0: Inteligencia Artificial, Realidad Extendida y Biometría Emocional en la Promoción de Destinos Mexicanos	Mercadotecnia sustentable para una producción y consumo responsable en los jóvenes Generación Z: Análisis comparativo México/Chile	La cadena de valor y la innovación; clave para la competitividad	El marketing verde y las grandes empresas de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	Adopción de Marketing Socialmente Responsable en MiPYMES de Baja California, México
---	--	--	---	---

Carlos Nai-him Ham Mejía	Jesús Humberto Lara Félix, Salvador Sárabia Rodal, Javier Cervantes Aldana	Joel Ramírez Ortega, Heidy Cerón Islas, Evelia López Meza	Irma Cárdenas García, Santa Adall Vázquez Pimente, Oscar Lira Uribe	Alejandra Rosales-Soto, Alfredo Valdez-García, Stephanie Morgan-Sánchez
--------------------------	--	---	---	---

La Autenticidad de la RSA en las Marcas de Moda Rápida: Un Estudio de Caso en Marcas Internacionales	La preparación profesional de profesores de tiempo completo del área económico-administrativa en su desempeño académico ante el impacto de la Inteligencia Artificial	Insertión de Taxco de Alarcón, Guerrero como destino relevante en el ranking del turismo religioso en México.	Marcas de vestimenta deportiva en la generación centennials de Rioverde y Ciudad Fernández y su posicionamiento	Etapas de declive del ciclo de vida del producto como oportunidad de negocio en productos farmacéuticos
--	---	---	---	---

Alberto Cortés Hernández, Víctor Béjar Tinoco, Flor Madrigal Moreno	María Dolores Romero Pérez, Omar Saabel Velasco Romero, Norma Angélica Flores Vázquez	Mireya Hernández Ramirez, Nadia Itaytzi Gómez Morales	Rosa Isela Urbiola Rodríguez, David Gómez Sánchez, María Edith Balderas Huerta	Alejandra Escobar Ontiveros, Dámaris Chávez Maza
---	---	---	--	--

Violencia simbólica desde la publicidad	Análisis de las estrategias de Mercadotecnia Política Populista en Twitter: El Caso de Trump y su Amenaza Arancelaria a México	Evolución de las preferencias del consumidor en la búsqueda de empleo en México, 2018-2024: caso de las agencias de colocación	La comunicación estratégica del valor emocional de la Marca UAGro y de su identidad institucional en estudiantes de nivel medio superior.	Estrategias de Publicidad para Actividades Académicas: Caso "Congreso Internacional de Marketing 2025: Contenido y Tecnologías: Tendencias del Marketing
---	--	--	---	--

Alfonso Manuel Aguilar Guevara	Diana Luz Flores Vázquez, Fernando Javier Cervantes Aldana	Eduardo Rodríguez Juárez, Elías Gaona Rivera, Diana Xóchitl González Gómez	Mónica Violeta Morales Jiménez, Aleida Leticia Tello Divicino	Daniel Omar Nieves Lizárraga, Liberato Cervantes Martínez, Andrés Ultreras Rodríguez
--------------------------------	--	--	---	--

JUEVES 5 DE JUNIO 17:00 A 18:30					
MESA 12 Sala Titulación MKT	MESA 13 Audiovisual MKT	MESA 14 Sala Yacatecutli (Edificio D) Moderador:	MESA 15 Sala de Titulación (Edificio C) Moderadora:	MESA 16 Sala de Posgrado (Edificio C) Moderadora:	MESA 17 Aula 3 Computo Académico Moderador:
Moderadora:	Moderador:	Moderador:	Moderadora:	Moderadora:	Moderador:
Dra. Arlen Cerón Islas	Dr. Moisés Rubén Zamora Ramos	Dr. Iván Hernández Ortiz	Dra. Alejandra Vega Barrios	Mtra. Yolanda Pérez González	Dr. David Gómez Sánchez
Comportamiento de las preferencias de canales de compra en los consumidores de 18 a 35 años en la ciudad de Mathuala	El efecto de la IA y IOT en la innovación en marketing y desempeño de las pymes mexicanas	Consumo sustentable: elección más allá del precio	Factores que influyen en el consumo responsable de centennials mexicanos en prendas de vestir	El especialista en marketing socialmente responsable ante la Inteligencia Artificial	Marketing y Comercialización de Negocios Verdes priorizados en la Exprovincia de Obando, Nariño, Colombia

C. Bríselda Oliva Rojas	Luis Enrique Valdez Juárez, Karla Berenice Rubio, Marcela Michelle Heredia Espinoza	Karina Valencia Sandoval, Eusebio Ortiz Zarco, Moisés Rubén Zamora Ramos	Rosa María Nava Rogel, María Catalina Gutiérrez Leefmans, Sahid Israel Mulhia Romero	María Dolores Romero Pérez, Norma Angélica Flores Vázquez	Miriam Quitiaquez Yepes, Ana Lucía Casanova Guerrero
-------------------------	---	--	--	---	--

La falta de conocimientos en marketing como afecta económicamente, en los medianas y pequeños (pymes) comercios de Huauchinango Puebla,	La transparencia en la publicidad contable Un análisis de la relación entre marketing y ética	Estudio de opinión sobre el comportamiento del consumidor local en los supermercados de Huauchinango, Puebla.	La actitud y el compromiso del cliente de sitios web en la región Laguna	Reduflación en México: Psicología del consumidor, empaque y estrategias empresariales en tiempos de inflación	Microfinanzas y su importancia en el mercado popular de Latinoamérica
---	---	---	--	---	---

Alejandrina Escamilla Uribe, Nancy Mariem Rodríguez Batalla, Víctor Villa Barrera	Fernando Ramírez Martínez, Dirce Alethia García García, María del Carmen García García	Irma Mistran García, Nely Gutiérrez Mendoza, Cesar Cuautenco Hernández	Berenice Juárez López, Grace Aileen Ruiz Santoyo, Alejandra Marín Alcalá	Salvador Madrigal Moreno, Flor Madrigal Moreno, Víctor Béjar Tinoco	Daniela Valencia Ocampo, Bryan Steven Beltrán Barrero
---	--	--	--	---	---

Percepción ciudadana hacia la Mercadotecnia Política	Comportamiento de Jóvenes Consumidores con respecto al consumo de ropa de Marcas Extranjeras	La auditoría de mercadotecnia con enfoque en responsabilidad social: experiencia práctica de estudiantes de la UJAT	El Poder del Marketing en la Educación Superior: Estrategias para Reforzar Valores en Estudiantes Universitarios	Los colores: el significado y las emociones, percepción de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Nezahualcóyotl.	Educación emprendedora en el contexto rural: desafíos y estrategias desde la mercadotecnia.
--	--	---	--	---	---

Arlen Cerón Islas, Heidy Cerón Isla, José Luis Alamillo Aguilar	Carlos Antonio Langerica Rojas, Daniela Estefanía Salas Molina, Aide Zepeda Hernández	Carlos Edgar López Martínez, Patricia Selvan García	Blanca Isabel Llamas Félix, Jonatan Alexis de la Torre Llamas, José Ricardo López Robles	Alejandra Ballesteros Aureoles, José Antonio Tlacuilo, Dolores Vargas Gómez	Irina Margarita Jurado Paz
---	---	---	--	---	----------------------------

Marketing Digital como Generador de Desarrollo Comercial de PYMES, Ramo Alimentos en la Zona Conurbada Veracruz-Boca del Río, Ver.	Papel Artesanal para promover la cultura sostenible concerniente a la agenda 2030 en la Ciudad de Huauchinango Puebla	La influencia de los recuerdos del pasado en el comportamiento del consumidor.	Factores determinantes de la intención de compra a una marca de helados en México: un modelo basado en la lealtad, satisfacción e imagen corporativa	Evolución de las marcas frente a los retos de sostenibilidad ambiental, un estudio de caso en la empresa PPG Comex	Transformación digital del turismo sostenible en México: la influencia de la inteligencia artificial
--	---	--	--	--	--

Jorge Antonio García Gálvez, José Rafael Gómez Cabañas, Elda Magdalena López Castro	Nancy Mariem Rodríguez Batalla, Alejandrina Escamilla Uribe, Marissa Garrido Lira	Iván Hernández Ortiz, Juan Gabriel Figueroa Velázquez, Ruth Josefina Alcántara Hernández	Juan Gabriel Figueroa Velázquez, Abril Guadalupe Flores Ortiz, Alejandra Vega Barrios	Yazmin Chávez Marcos, Omar Guerrero Hernández, Issel Melo Campa	Víctor Béjar Tinoco, Flor Madrigal Moreno, Salvador Madrigal Moreno
---	---	--	---	---	---

VIERNES 6 DE JUNIO 09:00 A 10:00				
MESA 18 Sala Titulación MKT	MESA 19 Audiovisual MKT	MESA 20 Sala Yacatecutli (Edificio D) Moderadora:	MESA 21 Sala de Titulación (Edificio C) Moderador:	MESA 22 Sala de Posgrado (Edificio C) Moderadora:
Moderadora:	Moderador:	Moderadora:	Moderador:	Moderadora:
Mtra. Miriam Cerón Peralta	Dr. Juan Gabriel Figueroa Velázquez	Mtra. Irma Hernández Aranda	Dr. Salvador Madrigal Moreno	Mtra. Sandra Patricia aviedes Caviedes
Marketing altruista, identificación de las razones por las que algunas empresas muestran desconfianza o no participan en la causa de instituciones que requieren apoyo para gestionar y brindar un beneficio social.	Influencia de la Mercadotecnia Socialmente Responsable en las Decisiones de Compra de los Estudiantes Universitarios: Un Estudio de Percepción	Estrategias de Marketing para incrementar el rendimiento estudiantil de Estudiantes Universitarios	Programa sembrando vida y tanguis campesino, opinión y consumo desde un enfoque social y solidario en Guerrero	Consumo de web apps antes y después del covid-19: un comparativo México-Brasil-Colombia

Nayely Islas Gómez, Omar Guerrero Hernández, Issel Melo Campa	Sergio Hernández Caballero, Silvia Consuelo Valles González, José Elías Sosa Sáenz	Carlos Antonio Langerica Rojas, Jenny González Gómez, Kimberly Marlene Javier Ángeles	José Luis Susano García	Emigdio Larios-Gómez, Mónica Peñalosa Otero, Diana María López Celis
---	--	---	-------------------------	--

Marketing socialmente responsable.	Tendencias de las compras en línea de jóvenes de 18 a 25 años de edad de Mathuala durante la pandemia del COVID-19	Inteligencia Artificial en el Comercio Electrónico Global: Tendencias, Aplicaciones y Desafíos	Transformación Digital del Modelo de Negocio de las PYMES de Comercio Minorista en México	El impacto del marketing digital en la satisfacción del turista: Un análisis comparativo en destinos emergentes (Peru)
------------------------------------	--	--	---	--

Evelyn Ariadna Sánchez Rodríguez, Aylin Villagómez Cruz, Teresa Martina Ascencio Hernández	Gabriela Monserrat Hernández Saldaña	Alfredo Guatemala Mariano, German Martinez Prats, Verónica Vázquez Vidal	Natalia Pérez Escutia	Carlos Walter Mayta Molina, Juan Alfredo Tuesta Panduro, Inocente Feliciano Salazar Rojas
--	--------------------------------------	--	-----------------------	---

La Mercadotecnia Social en la Universidad Autónoma de Sinaloa	La Simbiosis entre Economía y Mercadotecnia: Un Análisis Interdisciplinario de su Impacto en los Mercados	Creatividad y mercado: análisis cualitativo de la mercadotecnia en el arte visual en México	Gestión del conocimiento y orientación al marketing interno, su impacto en innovación del sector hotelero de Baja California, México.	Diagnóstico de marketing digital aplicado en emprendimientos femeninos rurales de la Asociación Agropecuaria de Fiqueros del Resguardo de Yasqual - Nariño - Colombia
---	---	---	---	---

Julieta Elizabeth Salazar Echeagaray, Teresa Irina Salazar Echeagaray, Melissa Edith Salazar Echeagaray	Eliás Gaona Rivera, Eduardo Rodríguez Juárez	Ruth Josefina Alcántara Hernández, Alejandra Vega Barrios, Consuelo Goytortúa Coyoli	Karla María Gámez Galván, Sonia Guadalupe Zermeño Flores, Luz María Espinoza Castelo	Martha Lida Solarte Solarte, Claudia Magali Solarte Solarte
---	--	--	--	---