



VIII ENCUENTRO 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 Peñaloza 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 poblados 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 Alcántar 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 Iñás 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 Martínez Prats, Maximiliano Martínez Ortiz Alejandra Berenice García Torres, Salvador Madrigal Moreno, Yuselim Angélica Villa Hernández Shirley Lorena Bravo Rojas, Hugo Giovanni Téllez Navía

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 Ivette López Granados Juan José Aguilar Lugo Marino, Eva Rossina Aguilar Lugo Getez, José Humberto Roacho Ramirez Patricia Cerecedo Nuñez, Doriola Astrid Castillo Trejo Heidy Cerón Islas, Arlen Cerón Islas, Sharon Priscyla Orta Villeda Alfredo Guatemala Mariano, German Martínez 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 Jesus Humberto Lara Félix, Salvador Sárabia Rodal, Javier Cervantes Aldana Joel Ramirez Ortega, Heidy Cerón Islas, Evelia López Meza Irma Cárdenas García, Santa Adali 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 Inserción 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 Etapa 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 Itayetzí 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, Elias 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)	MESA 15 Sala de Titulación (Edificio C)	MESA 16 Sala de Posgrado (Edificio C)	MESA 17 Aula 3 Computo Académico
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 Matehuala 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. Briselda 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 Marlem Rodríguez Batalla, Víctor Villa Barrera Fernando Ramirez Martinez, Dirce Alethia García García, María del Carmen García García Irma Mistran García, Nely Gutiérrez Mendoza, Cesar Cuautemoc 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 Beltran 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 Langarica 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 Marlem 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)	MESA 21 Sala de Titulación (Edificio C)	MESA 22 Sala de Posgrado (Edificio C)
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 Caviedes 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 Elias Sosa Sáenz Carlos Antonio Langarica 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 Matehuala durante la pandemia del COVID-19 Inteligencia Artificial en el Comercio Electrónico: 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 Martínez 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 Yascal – Nariño – Colombia

Julieta Elizabeth Salazar Echeagaray, Teresa Irina Salazar Echeagaray, Melissa Edith Salazar Echeagaray Elias 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

