



# AGENDA

## Martes 23 de junio de 2026

10:00-10:10	Bienvenida Edgar Faugier Fuentes de la Universidad Iberoamericana (México) - Vicepresidente AIM Bienvenida Dra. María Angélica Caro, prorectora Universidad del Bío-Bío y Dra. Elizabeth Grandón Toledo Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío.		
10:10-10:20	Presentación Academia Revista Latinoamericana de Administración (ARLA) Dr. Manuel Alonso Dos Santos de la Universidad de Granada, España.		
10:20-11:00	Conferencia Inaugural Dr. Clemente Rubio Manzano de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío, Chile		
11:00-11:20	<b>BREAK</b>		
11:20-12:20	<b>Session 3A PRESENCIAL</b>	<b>Session 3B</b>	<b>Session 3C</b>
12:20-14:00	<b>Session 4A PRESENCIAL</b>	<b>Session 4B</b>	<b>Session 4C</b>

## Miércoles 24 de junio de 2026

10:00-12:00	<b>Session 5A</b>	<b>Session 5B</b>	<b>Session 5C</b>
12:00-13:40	<b>Session 6A PRESENCIAL</b>	<b>Session 6B</b>	<b>Session 6C</b>
13:40-14:00	<i>Clausura y entrega de premio a la mejor ponencia</i>		

**\*\*NOTA IMPORTANTE: HORA CHILLÁN, CHILE\*\***

<b>Sala A</b>	<b>Sala B</b>	<b>Sala C</b>
<b>Inauguración y Clausura</b>		
<a href="https://reuna.zoom.us/j/87108337675?pwd=5TD1ETlw4bCwYbYskZHFEawfKcYXC9.1">https://reuna.zoom.us/j/87108337675?pwd=5TD1ETlw4bCwYbYskZHFEawfKcYXC9.1</a>	<a href="https://reuna.zoom.us/j/89985447337?pwd=xPaC28BoFxlUgnwHgiOxWXp6bMeBAI.1">https://reuna.zoom.us/j/89985447337?pwd=xPaC28BoFxlUgnwHgiOxWXp6bMeBAI.1</a>	<a href="https://reuna.zoom.us/j/84192818605?pwd=FITZ8Lc7Si9Uzv5ayBXkKNHghmagkh.1">https://reuna.zoom.us/j/84192818605?pwd=FITZ8Lc7Si9Uzv5ayBXkKNHghmagkh.1</a>
<b>ID de reunión: 871 0833 7675</b>	<b>ID de reunión: 899 8544 7337</b>	<b>ID de reunión: 841 9281 8605</b>
<b>Código de acceso: 546805</b>	<b>Código de acceso: 575557</b>	<b>Código de acceso: 050070</b>

Martes 23 de junio de 2026

Session 3A - PRESENCIAL		
11:20-12:20		
11:00-11:20	BREAK	
11:20-11:40	1026	EL IMPACTO DEL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA PUBLICIDAD EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ CON EL POSICIONAMIENTO DE MARCA E INTENCIÓN DE COMPRA. Edgar Fauugier-Fuentes, Rocío Mendoza-Castillo and Laura Grisel Carrillo-Sánchez
11:40-12:00	1798	CUANDO AYUDAR TAMBIÉN COMUNICA: CONSTRUCCIÓN RELACIONAL DE LEGITIMIDAD MORAL EN INFLUENCERS ALTRUISTAS. Nataly Guínez Cabrera, Tomás Leandro Zapata Soto and Verónica del Carmen Peña Acuña
12:00-12:20	3062	ESTUDIO SOBRE PERCEPCIÓN E IMPACTO DEL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Luis H Rodriguez, Leticia Pagan Vargas, Luis Vicente Lopez y Javier Zavala Quiñones
11:20-12:20	Session 3B	
11:20-11:40	165	CUANDO MÁS ES MENOS: LA PARADOJA DE LA ELECCIÓN EN AMAZON Edgar Alfonso Sansores Guerrero y Juana Edith Navarrete Marneou
11:40-12:00	3892	COONFIA: INNOVACIÓN FINANCIERA COMUNITARIA PARA EL COMERCIO POPULAR EN COLOMBIA Shirley Lorena Bravo Rojas y Hugo Giovanni Tellez Navia
12:00-12:20	2436	EL ROL MEDIADOR DE LA GESTION DE MERCADEO EN LA RELACION ENTRE LA PRESENCIA ONLINE E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS EN PYMES Allan Jose Perez Orozco
11:20-12:20	Session 3C	
11:20-11:40	8065	ENVEJECIMIENTO ACTIVO: RSE, MERCADOTECNIA SOCIAL Y TECNOLOGÍA. Rocio Mendoza-Castillo
11:40-12:00	8041	INTELIGENCIA DE NEGOCIOS COMO SOPORTE DE COMPETITIVIDAD EN RESTAURANTES DE LAS CIUDADES DE CARTAGENA - PAPANTLA Ivan Javier Monterrosa Castro, Laura Griselda Santiago Moreno y Mónica Esther Ospino-Pinedo
12:00-12:20	8680	LA NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR AL SERVICIO DE LA CONSERVACIÓN MARINA: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA Y TENDENCIAS DE INVESTIGACIÓN Aroa Costa Feito, Enrique Bigné, Giuseppina Gifuni y Pilar Sustersic
12:40-14:00	Session 4A - PRESENCIAL	
12:40-13:00	2806	MÁS ALLÁ DEL PRECIO: ¿QUÉ IMPULSA LA INTENCIÓN DE COMPRA SOSTENIBLE EN JÓVENES CONSUMIDORES EN CHILE?. Tomás Zapata-Soto, Nataly Guíñez-Cabrera and Verónica Peña-Acuña
13:00-13:20	2050	CUANDO LA DOBLE DESVIACIÓN NO OCURRE: JUSTICIA DISTRIBUTIVA Y EL PREDOMINIO DE LAS EMOCIONES POSITIVAS EN LA RECUPERACIÓN DEL SERVICIO Alejandro Jose Sottolichio Leyton
13:20-13:40	187	CARACTERIZACIÓN DEL VENDEDOR CALLEJERO EN EL MARCO DE LA GESTIÓN MINORISTA Maria Eugenia Navas Rios, Emperatriz Londoño Aldana, Wilson Perez Rios and Daniel Ruiz Navas
13:40-14:00	4942	REDEFINIENDO EL COSTO DE ADQUISICIÓN DE CLIENTES (CAC) EN MERCADOS INTERNACIONALES: FRICCIONES DE MERCADO Y MODELO DE NEGOCIO Cristian Barría Zapata

12:20-14:00			<b>Session 4B</b>
12:20-12:40	1927	COMUNICACIÓN Y ENGAGEMENT DIGITALES DE MARCAS DE MODA SOSTENIBLE COLOMBIANAS EN REDES SOCIALES. Sergio Arias Flórez and Manuelita Arias Arango	
12:40-13:00	5141	IA GENERATIVA EN LA COMUNICACIÓN DE LOS INFLUENCERS: EFECTOS SOBRE EL CONTAGIO EMOCIONAL Y EL ENGAGEMENT Manuel Lasheras-Caparrós, Inés López-López and Salvador Ruiz-De-Maya	
13:00-13:20	5461	MARKETING CON IA GENERATIVA Y AUTOMATIZACIÓN: IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA NUEVA RELACIÓN MARCA-CLIENTE Mónica Ospino-Pinedo, Iván Javier Monterrosa Castro and Blanca Inés Espinel	
13:20-13:40	8137	IA Y EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR OMNICANAL: EVIDENCIA BIBLIOMÉTRICA Y MARCO INTEGRADOR S-O-R Patricia Guiomar Moratalla-Ruiz	
13:40-14:00	9223	¿QUÉ OPINAN LOS CONSUMIDORES SOBRE LOS RESÚMENES DE PRODUCTOS DE AMAZON GENERADOS POR IA? Irene Fraguas and Daniel Belanche	
12:20-14:00			<b>Session 4C</b>
12:20-12:40	6037	TURISMO Y HORMONAS: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA Y TENDENCIAS DE INVESTIGACIÓN Pilar Agustina Sustersic, Enrique Bigne, Marina Zanfardini, Aroa Costa Feito, Enrique Bianchi and Giuseppina Gifuni	
12:40-13:00	8715	INFLUENCE OF THE PURCHASE ENVIRONMENT ON THE BRAND POSITIONING AND LOYALTY OF SUPERMARKETS Nelson Carrión Bósquez, Jorge Bernal Peralta, Andrés García Umaña, Vagner De Sousa Beserra and Iván Veas González	
13:00-13:20	6992	BEYOND STATUS: HOW PERSONAL SOCIAL RESPONSIBILITY REDEFINES LUXURY REPURCHASE INTENTIONS Natalia Rodríguez Avendaño, Pilar Madrazo-Lemarroy, Luz Cecilia Revilla Soriano y Karla Barajas-Portas	
13:20-13:40	7478	RELACIONES PÚBLICAS EN EL MARKETING ESTRATÉGICO COSTARRICENSE: ESTADO ACTUAL Y DESAFÍOS FORMATIVOS Adriana Palma Chacon y Karla Garita Granados	
13:40-14:00	189	DE LA BÚSQUEDA TRADICIONAL A LA IA GENERATIVA: PERCEPCIÓN Y PROCESAMIENTO DE GOOGLE AI OVERVIEW Yolanda Casermeiro-Corpas, Francisco Rejón-Guardia y María Vallespín	

**Miércoles 24 de junio de 2026**

10:00-12:00		
<b>Session 5A</b>		
10:00-10:20	3046	IDENTIDAD FEMINISTA PLATAFORMIZADA EN EL SUR GLOBAL: NEGOCIANDO ALGORITMOS, RIESGOS Y CO-CREACIÓN. Fabiola Jeldes Delgado and Nataly Guinez Cabrera
10:20-10:40	9476	MODELO PREDICTIVO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU INFLUENCIA EN LA CONCIENCIA SOCIAL DE JÓVENES UNIVERSITARIOS Ivan Torres
10:40-11:00	6611	PRETESTING EN LA PUBLICIDAD UNIVERSITARIA: HALLAZGOS DESDE LA PRÁCTICA INSTITUCIONAL Luis Manuel Macías Larios
11:00-11:20	7860	CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE CARNE MACHACA, ALIMENTO TRADICIONAL EN SONORA, MÉXICO Francisca Coronado, Ana Pacheco and Dena Camarena
11:20-11:40	841	INFLUENCIA DEL RUIDO DIGITAL EN LA PERCEPCIÓN Y DECISIÓN DE COMPRA DE ACEITES COMESTIBLES EN MÉXICO Christian Escoto Castro
11:40-12:00	1265	SMART TOURIST: AREAS TEMATICAS CLAVES DE UNA REVISION LITERATURA Maria Lucia Andreucci, Bianchi Enrique Carlos y Sandra Fernandez Siderol
10:00-12:00		
<b>Session 5B</b>		
10:00-10:20	8178	NICOTINE POUCH ADVERTISING IN MEXICO. A MULTIMODAL ANALYSIS OF ZYN AND VELO INSTAGRAM ACCOUNTS Eduardo Portas
10:20-10:40	7903	RESPONSIBLE CONSUMPTION IN DIGITAL PLATFORMS Marina Santucci
10:40-11:00	5135	MODA SOSTENIBLE EN INSTAGRAM: CO-CREACIÓN DE VALOR Y SOSTENIBILIDAD PASIVA EN PYMES CHILENAS. Katherine Mansilla Obando, Nataly Guinez Cabrera and Tomás Zapata Soto
11:00-11:20	2533	COMPORTAMIENTO DEL CANDIDATO DIGITAL EN BOLSAS UNIVERSITARIAS DE EMPLEO Y SU RELACIÓN CON EL ODS 8 Alejandra Vega Barrios, Ruth Josefina Alcántara Hernández y Nancy Testón Franco
11:20-11:40	3477	CONDUCTAS INAPROPIADAS DE LOS TURISTAS: UNA APROXIMACIÓN CUALITATIVA DESDE EL MARKETING SOCIAL Enrique Carlos Bianchi, Buraschi Mónica y Maria Lucila Andreucci
11:40-12:00	3424	¿IMPORTA EL ENCUADRE DEL MENSAJE? EVIDENCIA EXPERIMENTAL SOBRE COMPORTAMIENTO PROAMBIENTAL EN HOTELES Marina Guillén Davó, Franco Manuel Sancho-Esper, Carla Rodriguez-Sanchez y Francesco Serti
10:00-12:00		
<b>Session 5C</b>		
10:00-10:20	7712	TRANSFORMACIÓN DEL PROCESO DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR EN PRODUCTOS DE ALTO INVOLUCRAMIENTO EN CONTEXTOS OMNISCANAL EN COLOMBIA: SECTOR AUTOMOTRIZ Diana Paola Ruiz Sierra
10:20-10:40	7539	LA PRIMERA IMPRESIÓN IMPORTA: SEGMENTANDO CLIENTES DESDE EL ESCAPARATE Nuria Pelegrín-Alonso, Alba García-Milon, Graciela Padilla-Castillo y Cristina Olarte-Pascual
10:40-11:00	7516	INNOVACIÓN DE FORMATO EDITORIAL ORIENTADA POR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR UNIVERSITARIO: UN EXPERIMENTO EN EDUCACIÓN SUPERIOR Andrés Ramírez Portilla, Oscar Flores Choperena y Brenda Viveros Eulogio
11:00-11:20	6918	FACTORES CLAVE EN LA INTENCIÓN DE COMPRA DE ROPA DE SEGUNDA MANO Iván Veas-González, Manuel Escobar-Farfán y Nelson Carrión-Bósquez
11:20-11:40	5537	ALIMENTOS SALUDABLES: ¿IMPORTA MÁS QUIÉN LO DICE QUE CÓMO SE DICE? Maribel Lluch-Diago, Inés Küster Boluda y Natalia Vila López
11:40-12:00	868	NARRATIVAS DE MARKETING, WOM, EWOM Y DISTORSIÓN INFORMATIVA EN JÓVENES DEPORTISTAS UNIVERSITARIOS Nora Georgina Esquivel Olmos

12:20-13:40	<b>Session 6A - PRESENCIAL</b>	
12:20-12:40	7094	LA PARADOJA DE LA POSITIVIDAD: EMOCIONES DE AUDIENCIAS ANTE EL CONTENIDO PATROCINADO DE EDU-INFLUENCERS EN INSTAGRAM Felipe Rosales, Nataly Guiñez-Cabrera and Cristian Parra
12:40-13:00	9101	EL SILENCIO ESTRATÉGICO DE LA SOSTENIBILIDAD: EFECTOS DEL GREENHUSHING EN LA CONFIANZA Y EL VALOR PERCIBIDO DEL CONSUMIDOR Verónica del Carmen Peña Acuña, Tomás Leandro Zapata Soto and Nataly Andrea Guiñez Cabrera
12:00-13:40	<b>Session 6B</b>	
12:00-12:20	4557	PERSONALIZACIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA MEDIANTE UN SISTEMA DE RECOMENDACIÓN INSPIRADO EN PLATAFORMAS DE STREAMING Harvey Sanabria
12:20-12:40	1129	CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN VAISAND MOTORS S.A.S Yuranis Vargas Atencio, Soleidis Vanesa García Pérez, Adriana Martelo Marquez, Eder Farid Larios Aviles y Samuel Brunal Ramos
12:40-13:00	5156	EL NEXO EVOLUTIVO ENTRE EL MARKETING ESTRATÉGICO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS DEL PARADIGMA DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD HACIA 2026. Gabriela Bernal
13:00-13:20	3110	PERCEPCIONES DE AUTENTICIDAD, CONFIANZA Y CREDIBILIDAD DIGITAL: INFLUENCERS HUMANOS VS. INFLUENCERS VIRTUALES. Catalina Leal-Leal, Marjorie Vega and Nataly Guiñez
13:20-13:40	4378	ALINEACIÓN ENTRE HABILIDADES PROFESIONALES Y MAESTRÍAS DE MARKETING: UN ANÁLISIS por REDES BIPARTITAS Juan C. Correa, María del Pilar García-Chitiva y Silvana Dakduk
12:20-13:40	<b>Session 6C</b>	
12:20-12:40	9742	COMUNICACIÓN AMBIENTAL EN EL SECTOR INMOBILIARIO: UN ANÁLISIS DOCUMENTAL DEL MARKETING VERDE Allen Martínez Mares, Alma Teresita Del Niño Jesus Velarde Mendivil y Lizbeth Salgado
12:40-13:00	4199	HABITAR EN LA ERA PROPTECH: MARKETING INMOBILIARIO EN LA CONFIGURACIÓN SIMBÓLICA DE LA VIVIENDA Ana Lydia Valdés Moedano
13:00-13:20	5495	FAST FASHION VS. MODA SOSTENIBLE: UNA MIRADA DESDE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR JOVEN Ruth Josefina Alcántara-Hernández, Alejandra Vega-Barrios y Arlen Cerón-Islas
13:20-13:40	4342	DE LA CONFIANZA A LA COMPRA: UN ANÁLISIS EXPERIMENTAL DEL ATRACTIVO FÍSICO, LA AUTONOMÍA Y LA PERSONALIDAD DE INFLUENCERS VIRTUALES EN MARKETING DIGITAL Sergio Andres Contreras Bastos
13:40-14:00	<b>Clausura y entrega de premio a la mejor ponencia</b>	