



II CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING AIM 2022 30 y 31 de mayo

**La agenda que aquí se presenta está sujeta a modificaciones*

AGENDA GENERAL

Sesión lunes 30 de mayo

Actividad	Hora (Ciudad de México)
Bienvenida a cargo de Karla Barajas Portas – Presidente AIM Inauguración del Congreso a cargo Alfredo Nava Govela, Director de la FEN, Universidad Anáhuac México	8:00 – 8:15 am
Sesión plenaria- Grupos de investigación internacional Networking	8:15 – 9:00 am
1er Bloque sesiones paralelas	9:10 am – 10:30
2do Bloque sesiones paralelas	10:40 am - 11:40 am
3er Bloque sesiones paralelas	11:50 am - 13:10 pm

Sesión martes 31 de mayo

Actividad	Hora (Ciudad de México)
1er Bloque sesiones paralelas	8:40 am – 10:00
2do Bloque sesiones paralelas	10:10 am - 11:10 am
3er Bloque sesiones paralelas	11:20 am - 12:20 pm
Clausura y entrega de premio a la mejor ponencia	12:30pm – 1:00pm



AGENDA DETALLADA DE PONENCIAS

A continuación encontrará la agenda detallada para los días 30 y 31 de mayo

Sesión lunes 30 de mayo

Los horarios para cada ponencia por track se detallan a continuación:

	SALA 1	SALA 2
1er Bloque sesiones paralelas 9:10 am – 10:30	Tic, e-marketing y mobile marketing Moderador: Guillermo Zamacona	Comportamiento del Consumidor Moderador: Luly Revilla
	Construcción de marca en la plataforma tiktok. <i>Yulia Estefanía Rosales Cavazos and Juan Bernardo Amezcua Núñez</i>	Co-creación en branding político: candidato y partido político. <i>Karla Barajas-Portas, Luz Cecilia Revilla-Soriano and Armando Andrade-Pease</i>
	Motivaciones de uso de Tik Tok en la Generación Z. <i>Nisamar Baute-Díaz and Janet Hernández Méndez</i>	Espacio más eficaz en un lineal según el flujo de los compradores: un estudio de eyetracking en un entorno real de compra. <i>Andrés Fernández Martín, Janet Hernández Méndez, Ricardo Jesús Díaz Armas and Desiderio Gutiérrez Taño</i>
	Multimedia content and electronic word of mouth: the case of technology brands on Facebook. <i>Ana Marcela Londoño Silva and Julian Andres Manrique Aristizabal</i>	La relación positiva entre los consumidores etnocéntricos y las marcas globales. <i>Jose Andres Areiza-Padilla and Mario Manzi-Puertas</i>
	Experiencias turísticas memorables basadas en Instagram y analizadas mediante técnicas de inteligencia artificial. <i>Sofia Blanco-Moreno</i>	Socialización económica e intención de compra adolescente. Resultados diferenciados por tipo de producto. <i>Wilson Giraldo Pérez, Gloria Berenguer Contrí and Beatriz Moliner Velázquez</i>
Break	10:30 am - 10:40 am	



2do Bloque sesiones paralelas 10:40 am - 11:40 am	Tic, e-marketing y mobile marketing Moderador: Guillermo Zamacona	Distribución Comercial y Gestión minorista Moderador: Julieta Mercado
	Aceptación de la publicidad de influencers y su efecto en la actitud hacia la marca y la intención de compra. Ana Paula Peña and Cecilia Ugalde	Showroomer, ¡bienvenido a mi sala de ventas! Nuria Viejo Fernández and María José Sanzo Pérez
	El valor de la marca personal de los influencers. Daniela Álvarez Méndez and Juan Bernardo Amezcua Núñez	Manejo de residuos en las cadenas detallistas en Colombia, analizadas desde el valor compartido (sv) y la teoría de costos de transacción (tce). Aida León and Juan José Lombana Roa
	Publicidad generada por el consumidor patrocinada. Análisis de conversaciones desde la minería textual. Jesús Martínez-Navarro and Enrique Bigné	The emotional side of price: the impact of price display cues in customers' perception of value. Francisco Jesús Guzmán Martínez, Ma. Margarita Orozco Gómez and Sandra Lizzeth Hernández Zelaya
Break	11:40 am - 11:50 am	
3er Bloque sesiones paralelas 11:50 am - 13:10 pm	Tic, e-marketing y mobile marketing Moderador: Rocío Mendoza	Comunicación y ventas/ Innovación y decisiones de producto, marca y precio Moderador: Julieta Mercado
	Alcance gerontecnológico para la inclusión al envejecimiento activo a través de social media. Rocío Mendoza-Castillo	Un desafío para el "nation branding": México-España. Julieta Mercado-González
	Estrategias de marketing digital para posicionar microempresas. caso florerías de Pachuca, Hgo. Arlen Ceron Islas, Juan Gabriel Figueroa Velazquez, Heidy Cerón Islas and Yoselin Hernández Arroyo	El diseño ético organizacional (deo) y su impacto a través de las prácticas de comunicación interna. Un estudio cualitativo en un centro de contacto de servicios de venta y postventa. María Elena R. Nieto Saucedo, Pável Reyes Mercado and Odra A. Saucedo Delgado
	Los determinantes en la motivación de uso de los pagos móviles tipo P2P en Colombia. Carlos Andrés Raigoza-Loaiza, Myriam Martínez-Fiestas and Francisco Liebana-Cabanillas	Efecto de la nostalgia en la innovación del consumidor: un modelo conceptual. Alberto Borbolla and Pável Reyes-Mercado
		La personalidad de marca en las tiendas de descuento duro durante la pandemia por covid-19. Gerson Jaquin Cristancho Triana, Campo Elías López Rodríguez and Yezid Alfonso Cancino Gómez

Finaliza la sesión del lunes 30 de mayo



Sesión martes 31 de mayo

	SALA 1	SALA 2
1er Bloque sesiones paralelas 8:40 am – 10:00	Comportamiento del Consumidor Moderador: Guillermo Zamacona	Comportamiento del Consumidor Moderador: Luly Revilla
	La percepción de seguridad sanitaria en la intención de reserva de vivienda vacacional. <i>Desiderio Gutiérrez-Taño, Nisamar Baute-Díaz and Ricardo Díaz-Armas</i>	La interfase de usuario «UI» afecta positivamente a la intención de recompra en E-commerce México. <i>Edgar Faugier</i>
	(Re)descubriendo los motivos de compra de bienes culturales. <i>Guillermo Alfredo Zamacona-Aboumrad</i>	La teoría del comportamiento planificado, el engagement y el uso de la tecnología como componentes interpretativos para usuarios de aplicaciones móviles para ordenar comida. <i>Grecia Esther Gordillo Rodriguez and Héctor Hugo Pérez-Villarreal</i>
	Gamificación y su creciente influencia en el comportamiento del consumidor. <i>Sebastian Franco Castaño and Jonathan Bermúdez Hernández</i>	El modelo de aceptación tecnológica aplicado a la nueva tendencia de compra por televisión: shoppable tv. <i>María Eugenia Rodríguez-López, Elena Higuera-Castillo, Álvaro José Rojas-Lamorena and Juan Miguel Alcántara-Pilar</i>
	Dimensiones de marketing educativo. Elección de posgrado en estudiantes universitarios de Ciudad Juárez, Chihuahua, México. <i>Gabriela Velasco Rodríguez, Hector Francisco Ponce Renova, Tania Guadalupe Garcia Ruiz and Andrea Carolina Dominguez Higuera</i>	Explorando el impacto del flow y las emociones en el consumidor online. <i>Alejandro Salcedo and Juan A. García</i>
Break	10:00 am - 10:10 am	
2do Bloque sesiones paralelas 10:10 am - 11:10 am	Comportamiento del Consumidor Moderador: Diana Dávila	Marketing Estratégico y RSC Moderador: Pável Reyes Mercado
	Retroceso del cuidado del medio ambiente: caso cubrebocas. <i>Juana María Saucedo Soto, Juan Bernardo Amezcua Núñez, Alicia del Socorro De la Peña de León and Ma. Guadalupe Sánchez Salinas</i>	Marketing relacional como estrategia para la creación de valor en las relaciones con estudiantes y egresados del Tecnológico Comfenalco – Cartagena. <i>Yuranis Vargas Atencio and Marcela Sofía Ramos Ríos</i>
	El bienestar mental de los consumidores en tiempos de pandemia: caso ciudad de Saltillo Coahuila, México, 2022. <i>Adriana Méndez Wong, Elizabeth Ana Aguilar Garcés and Juana Alicia Villarreal Cavazos</i>	Análisis del desempeño de estrategias de promoción de las Mipymes dedicadas a la venta de ropa. <i>Arlen Ceron Islas, Heidy Ceron Islas and Juan Gabriel Figueroa Velazquez</i>
	Satisfacción y lealtad en los servicios de salud durante la Covid-19. <i>Grace Aileen Ruiz Santoyo and Berenice Juárez López</i>	La responsabilidad social empresarial para diferenciar una marca en México. <i>Enrique Bledl</i>



Break	11:10 am - 12:20 am	
3er Bloque sesiones paralelas 11:20 am - 12:20 pm	Comportamiento del Consumidor <i>Moderador: Diana Dávila</i>	Marketing Estratégico y RSC <i>Moderador: Pável Reyes Mercado</i>
	Identificación de atributos, valoración y aceptación de alimentos tradicionales con innovación en el consumidor: Caso Nutricazuela. <i>Dena Camarena Gómez, Alma Teresita Velarde Mendivil and Lizbeth Salgado Beltrán</i>	Responsabilidad social empresarial: un análisis de su nivel de implementación. <i>Edgar Alfonso Sansores-Guerrero and Juana Edith Navarrete-Marneou</i>
	Conflicting social norms of different groups and the effect on meat consumption: an exploratory study. <i>Cristina M. Ostermann and Márcia Dutra de Barcellos</i>	Marketing estratégico, networking e innovación en las pequeñas y medianas empresas en Puerto Rico. <i>Leila Marcano Nieves, Juan Carlos Sosa Varela and Maribel Ortiz</i>
Los servicios de transformación como generadores de bienestar en la base de la pirámide. <i>Mercedes Marcela Pincay Pilay, Inés López López and Salvador Ruiz de Maya</i>	Pandemia y confinamiento, una oportunidad para el reposicionamiento de la iglesia católica en México. <i>Alicia De la Peña y Gloria Camacho Ruelas</i>	

Clausura y entrega de premio a la mejor ponencia	12:30 – 1:00
---	---------------------