Se realizan VIII Encuentro Nacional y VI Internacional de Profesores e Investigadores en Mercadotecnia

Julio 3, 2025

- Una cita de conocimiento y colaboración

Los días 5 y 6 de junio se llevó a cabo el VIII Encuentro Nacional y VI Internacional de Profesores e Investigadores en Mercadotecnia en las instalaciones del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, en Pachuca de Soto, convocatoria que estuvo a cargo de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la UNAM, de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y de la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia (RIIM).

La Inauguración fue presidida por el Dr. Jorge Miguel Hernández Juárez, rector de la UAEH; por el Dr. Ricardo Varela Juárez, jefe de la División de Investigación de la FCA-UNAM, en representación del Dr. Armando Tomé González, director de la FCA; la Dra. Arlen Cerón Islas, directora del ICEA UAEHM; la Dra. Laura Estela Fischer de la Vega, presidenta de la RIIM, y la Dra. Ruth Alcántara Hernández, secretaria de la RIIM.

El rector de la UAEH expresó su satisfacción por la exitosa organización del evento y destacó la importancia de crear espacios que fomenten el diálogo y la cooperación internacional. "Este tipo de encuentros enriquecen nuestra comunidad académica y abren nuevas oportunidades para la innovación y el desarrollo social", afirmó.

Durante el marco del VIII Encuentro Nacional y VI Internacional en la UAEH, se rindió un homenaje especial a la Dra. Laura Fischer, profesora de la FCA y fundadora y líder de la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia (RIIM). La comunidad académica y los participantes del evento subrayaron su destacada trayectoria en la promoción de la investigación colaborativa y su dedicación al impulso de proyectos interdisciplinarios que fomentan el desarrollo científico y tecnológico de México e Iberoamérica.

El encuentro, que se realiza cada dos años, se ha consolidado como una plataforma de intercambio académico y cultural de gran impacto nacional e internacional. Es por ello que los objetivos de este octavo encuentro nacional y sexto internacional fueron: analizar, discutir y reflexionar sobre la aplicación de las prácticas de marketing socialmente responsables en el contexto Iberoamericano, así como el impacto tecnológico en las estrategias de mercadotecnia de México y Latinoamérica.

También es de destacar la participación que ha tenido la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia, creada en 2014, la que cuenta hasta este momento con más de mil miembros que participan activamente en la realización de libros conjuntos; a la fecha se cuenta con 10 publicaciones de libros y cuatro ediciones de revistas de investigación.

La RIIM ha apoyado y ha participado en congresos de marketing en Colombia, Brasil y en universidades de la República Mexicana, creando un vínculo no solo de trabajo, sino de amistad entre los profesores que la integran.

En el presente encuentro se presentaron tres conferencias magistrales, la primera "Marketing 5.0 - La convergencia de la tecnología, la humanidad y el consumidor", impartida por el Dr. Héctor Hugo Pérez Villarreal de la UPAEP y moderada por el presidente de la Academia de Mercadotecnia de la FCA-UNAM, el Mtro. Luis Ruiloba Pérez.

La segunda conferencia "Lógica dominante de servicio en acción: un nuevo paradigma de marketing para organizaciones culturales", impartida por la Dra. Ana Marbe Marticorena Robles, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, moderada por el jefe de la División de Investigación de la FCA-UNAM, Dr. Ricardo Varela Juárez; y la tercera conferencia "Las emociones y la persuasión en la mercadotecnia política", impartida por la Dra. Victoria Isabela Corduneanu, de la Universidad de la Ciudad de México, moderada por el coordinador de Mercadotecnia de la FCA-UNAM, el Dr. Romeo Vite López.

También se presentaron 77 ponencias en 22 mesas de trabajo, con la participación de 193 académicos. El tema objetivo del presente encuentro se centró en la presentación de trabajos sobre las prácticas de marketing socialmente responsables en el contexto Iberoamericano, así como el impacto tecnológico en las estrategias de mercadotecnia de México y Latinoamérica.

El premio a la mejor ponencia del encuentro lo obtuvo el tema "El especialista en marketing socialmente responsable ante la Inteligencia Artificial", de los autores de la FCA-UNAM, la Dra. Dolores Romero y la Mtra. Norma Angélica Flores Vázquez.

Como resultado de las ponencias recibidas en el presente encuentro se publicarán dos ediciones especiales en Revistas Científicas y cuatro libros temáticos sobre mercadotecnia.

Con información de: Dra. Laura Estela Fischer de la Vega