

CONGRESO
SAIMO
CEIM ²⁰/₂₅

El Pulso del Futuro

Comprender, Decidir, Transformar

**CONVOCATORIA
A PONENTES**

SAiMO

ceiM

Fecha del evento

16 de Octubre

Lugar

Aula Magna UADE

Modalidad

Presencial

Envío de resúmenes hasta

8 de agosto



¿POR QUÉ ESTE CONGRESO?

Vivimos un momento de inflexión. Las tecnologías disruptivas, los cambios culturales, las nuevas formas de trabajo, la inteligencia artificial y la necesidad creciente de lograr el bienestar y el propósito para las personas y para las marcas y empresas, están transformando el modo en que las personas viven, consumen, se relacionan y deciden.

En este contexto, el Congreso SAIMO + CEIM 2025 propone un espacio clave de reflexión e intercambio para comprender estos fenómenos. Nos reunimos para potenciar el rol estratégico de la investigación en la toma de decisiones de negocios, políticas públicas y diseño de experiencias humanas.

Convocamos a investigadores, profesionales, académicos, empresas, agencias y organismos públicos a enviar sus propuestas de ponencias que aborden los desafíos y oportunidades de nuestra industria y su impacto transformador en la sociedad.

EJES TEMÁTICOS

▶ 1

Ética y responsabilidad en la era de los datos

- Desafíos éticos en la investigación. Producción y uso responsable de los datos y de la privacidad.
- Desafíos metodológicos y de representatividad. IA, datos sintéticos vs. muestras tradicionales.
- Los aspectos éticos y metodológicos en la aplicación de neurociencia a la investigación social y de mercado.

▶ 2

Sociedad en transformación: opinión pública y nuevos relatos

- Situación social y económica en el contexto actual.
- Investigación social.
- El desafío de la representatividad de las encuestas. La construcción y medición de la opinión pública en un escenario en constante redefinición. Nuevas tecnologías.
- Nuevas formas de comunicación política.
- Modos de comprender y representar una opinión pública cada vez más volátil y fragmentada. Evaluación de políticas públicas.
- Contexto global, regional, local. Desconfianza estructural hacia instituciones, medios, ciencia y marcas. Hallazgos e implicancias.

EJES TEMÁTICOS

▶ 3

Experiencia humana

- Investigación centrada en consumidores, usuarios y colaboradores (CX, UX, EX).
- Transformación digital y omnicanalidad, con una participación activa de las personas y la tecnología en el diseño de servicios y productos.
- La llegada de la inteligencia artificial ha transformado los modelos de atención e interacción con los clientes. ¿Cómo se preparan las organizaciones frente a este nuevo paradigma que ya nos interpela?
- Mayor hiperpersonalización: cómo lograrla de manera efectiva. Claves para diseñar experiencias verdaderamente diferenciadoras en mercados altamente competitivos.

▶ 4

Diferentes generaciones, nuevos códigos

- Gen Z, Y, X. Silver Economy. Cambios en consumos, comunicación, socialización y trabajo. Infancias y juventudes. Cambios generacionales y nuevos estilos de vida. Desafíos para marcas que quieren mantenerse relevantes.
- Las formas actuales de socializar, comunicarse, comprar, consumir, invertir, pagar. Nuevos referentes e influencias. Tendencias en entretenimiento.
- Métricas, redes sociales y conversación digital. Influencia, algoritmos, 'vanity metrics', reputación online, polarización. ¿Qué se mide y qué se omite?

EJES TEMÁTICOS

▶ 5

Marcas con propósito y triple impacto

- Indicadores para medir el impacto económico, social y ambiental.
- Casos que aportan a los ODS (objetivos de desarrollo sostenible) Mediciones y nuevos indicadores de éxito.
- La encrucijada cultural: transformaciones culturales, activismos ambientales, nuevos feminismos.

▶ 6

Transformación digital

- Tecnología, Datos y el Nuevo Rol de la Industria de los insights.
- Cultura organizacional: dinámicas laborales, motivaciones y conciliación en entornos híbridos. Insights como motor de cambio.
- Innovación tecnológica y futuro del trabajo: bienestar, conciliación entre vida personal y profesional.
- Impacto en la transformación de las ciudades, movilidad, turismo.
- Tendencias en Retail y nuevos espacios.

▶ 7

La salud en el centro

- La salud como fenómeno integral. Cambios en su concepción y abordaje.
- Salud mental y emocional en la agenda pública, empresarial y social.
- Tendencias en alimentación y cuidado.

EJES TEMÁTICOS

▶ **8**

Datos con sentido

- Storytelling e insights accionables para comprender fenómenos complejos y cambiantes. Decisiones de negocios, de marcas, de políticas públicas
- Del dato al impacto. Herramientas narrativas, visuales y digitales para traducir hallazgos en decisiones estratégicas.

▶ **9**

Innovaciones tecnológicas

- Generación de datos y procesos de decisión. Distintos usos según generaciones, estilos de vida, profesión, etc. IA generativa y IA en procesos, potencialidades y limitaciones.
- El lugar de la mirada humana y del pensamiento crítico. Uso en investigación, automatización.
- La reconversión del rol y del valor del trabajo del investigador/consultor en el contexto actual. Big Data, colaboración interdisciplinaria y nuevas formas de análisis para problemas complejos. ¿Cómo se redefine el rol del investigador y el vínculo con los clientes?

▶ **10**

Neurociencia aplicada

- Aplicación en investigación de comportamiento.
- Metodologías innovadoras para estudiar emociones, percepciones y procesos cognitivos. Factores de decisión, de productividad y fidelidad a marcas.

¿CÓMO PARTICIPAR?

- 1.** Enviar un resumen de hasta 300 palabras con título, temática elegida, objetivos y principales hallazgos.
- 2.** Incluir breve bio del o los autores.
- 3.** Se priorizarán trabajos con enfoque innovador, interdisciplinario, aplicabilidad real y diversidad de perspectivas.

Envíanos tu propuesta para participar como ponente del congreso



**Formulario
de postulación**

CONGRESO
SAIMO
CEIM ²⁰/₂₅

El Pulso del Futuro

Comprender, Decidir, Transformar

16 – 10

AULA MAGNA - UADE

SAiMO

ceiM