

AGENDA



CONGRESO
SAIMO 2026

Inteligencia Humana
Personas – Tecnología – Propósito

	AULA MAGNA	AUDITORIO
8.30 a 9.00	Acreditación y coffee de bienvenida	
9.00 a 9.30	Bienvenida	
9.30 a 10.00	PANEL 1 Vínculos, salud mental y la nueva condición humana Modera: Constanza Cilley. Miguel Espeche, Psicólogo y psicoterapeuta, especialista en vínculos; Silvia Bacher , periodista. Co.autora Saber o no saber, el sentido de la educación en tiempos de IA (junto a Tomas Balmaceda); Anabel Fernandez Prieto, UNFPA	
	EJE TEMÁTICO 1 La sociedad argentina en transformación Cambios sociales, generacionales y demográficos que están redefiniendo proyectos de vida y miradas sobre el futuro	
10.00 a 10.15	PONENCIA Termómetro 2013–2026: La película de la sociedad argentina de los últimos años Guillermo Bianchi (Fresh Research) y Belén Martínez Sarrasague (Unilever)	TALLER SPONSOR (10.00 a 10.40) Lateral Unit  Lateral Unit - Qualtrics Internalizando la Investigación de Marca Francisco Peirano (Lateral Unit) Eliana de Celis (Qualtrics) Gonzalo Gómez (Banco Macro)
10.15 a 10.30	PONENCIA Más allá de la natalidad: cómo los jóvenes argentinos están redefiniendo el futuro, el consumo y los proyectos de vida Guido Moscoso (Opinaia) y Ana Burrieza (Opinaia)	
10.30 a 10.45	PONENCIA El espejo incómodo. ¿Y si el sesgo somos nosotros? Hackeando los prejuicios para incluir al target +50 Viviana Barcesat (Independiente), Valeria Dubinowski (Independiente/ UCA/ Austral/ FADU) y Vanina Gruart (Independiente)	
10.45 A 11.15	Coffee break	
	EJE TEMÁTICO 2 Nuevos vínculos, deseos y formas de consumir Transformaciones en los vínculos con las marcas, los deseos y las prácticas de consumo	
11.15 a 11.30	PONENCIA ¿Hasta que la muerte nos separe? Navegando la Era del Poliamor de Marcas Carolina Porcari (Mega Research) y Lautaro Masri (Mega Research)	TALLER SPONSOR (11.15 a 11.55) Opinaia WhatsApp, IA y agentes conversacionales: nuevas oportunidades para generar insights Guillermo Rivas Facundo Gonzalez
11.30 a 11.45	PONENCIA Agenda mata deseo Mariela Mociulsky (Trendsity), Victoria Kopelowicz (Tulipán) y Natasha Steinberg (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires)	
11.45 a 12.00	PONENCIA Consumo rebelde: espacios donde aún no se resigna el consumo/gasto Tomás Veitz (Provokers), Luis Montesano (Provokers) y Paulo Nuchi (Provokers)	
12.00 a 12.15	PONENCIA Más allá del catálogo: la economía invisible de la venta directa Adrián Kohan (Gentedemente) y Gonzalo Falcón (CAVEDI)	

AGENDA

AULA MAGNA

EJE TEMÁTICO 3

Nuevos entornos de decisión

Cómo la IA y los entornos digitales están transformando las decisiones, la compra y la relación entre personas y tecnología

12.15 a 12.30

PONENCIA

El valor de una nueva certificación: medir la manipulación digital en el ecosistema tecnológico

Florencia Davidzon (Inquiara Lab)

12.30 a 12.45

PONENCIA

Ampliación del campo de batalla: IA, búsqueda generativa y nuevas decisiones de compra

Guido Gamba (Uuevo) y Flavia Lioi (Personal)

12.45 a 13.00

PONENCIA

IA en el proceso de compra: impacto en el Consumer Journey del comprador argentino

Melanie Cormick Bameule (Netquest – Bilendi)

13.00 a 14.00

Almuerzo lunch boxes

14.00 a 14.15

Fuera de muestra, stand up de Hipólito Murillo sobre nuestra industria

EJE TEMÁTICO 4

Claves para entender la Argentina

Opinión pública, contexto y nuevos desafíos para comprender la realidad

14.15 a 14.30

PONENCIA

El ascenso del ningunismo: opinión pública, desafección partidaria y creencias sociales en la Argentina actual

Daniela Barbieri (Pulsar UBA – Barda)

14.30 a 14.45

PONENCIA

Entre lo nacional y lo local: el contexto como aporte clave para interpretar los datos

Roxana Laks (Sociología y Mercado)

14.45 a 15.00

PONENCIA

Opinión pública, transición demográfica y el lugar de la inmigración en la Argentina

María Braun (MBC MORI)

EJE TEMÁTICO 5

La investigación que viene

Nuevas arquitecturas, metodologías y criterios para integrar investigación, datos e IA

15.00 a 15.15

PONENCIA

Cuando la investigación se convierte en una Arquitectura de Inteligencia. Un modelo para integrar investigación, datos e IA aplicado a comunidades migrantes

Carlos Alberto Altieri (CECILIO) y Aldana Crotti (Western Union)

15.15 a 15.30

PONENCIA

Hacia un Knowledge Warehouse: integrando datos transaccionales, documentos y la voz del cliente en una arquitectura analítica unificada

Gustavo Favaro (IBM / UCA)

AUDITORIO

TALLER SPONSOR

(12.15 a 12.55)



Data Brain

Neurociencia predictiva: humanizando la inteligencia artificial

Darío Treco

tea connection

TALLER SPONSOR

(14.00 a 14.40)



Question Pro

Medir no basta: IA para cerrar el ciclo de la experiencia

Carlos Enrique Miranda Sotomayor

Andrés Muguira Alfaro

TALLER SPONSOR

(14.45 a 15.25)



Unilever

**La última milla del insight".
Cómo es trabajar en research en Unilever.**

Carolina Levin

Belén Martínez Sarrasague

AGENDA

AULA MAGNA

AUDITORIO

EJE TEMÁTICO 5

La investigación que viene

Nuevas arquitecturas, metodologías y criterios para integrar investigación, datos e IA

15.30 a 15.45

PONENCIA

La repregunta como herramienta de profundidad

Faustino Raggi (Afiches) y Matías Alejandro Chiampan (Afiches)

15.45 a 16.00

PONENCIA

Buenas prácticas del investigador regenerativo. La sustentabilidad no es automática

Alejandra Belfiore y Violeta Bendersky (Observatorio de Sustentabilidad SAIMO)

(Observatorio de Sustentabilidad SAIMO)

16.00 a 16.30

Coffee break

16.30 a 16.35

In memoriam: Quienes dejaron huella en SAIMO

EJE TEMÁTICO 6

Entre lo virtual y lo real

Nuevas formas de entender consumidores, shoppers y recorridos

16.35 a 16.47

PONENCIA

Omnicanalidad en tensión: de la promesa de integración a la experiencia real del Shopper

Susana Marquis (La Investigación que Inspira), Ariel Abkiewicz (Universidad de San Andrés) y Lys du Plessis (Mega Research) (Observatorio Shopper SAIMO)

16.47 a 16.59

PONENCIA

Cuando lo virtual setea lo real

Sofía De Carlini (Imaginaria Research)

16.59 a 17.11

PONENCIA

La nueva inteligencia de las marcas

Romain Martin (Omnicom) Ezequiel Jaureguy (Norstat)

PANEL 2

Insights: ¿evolución o reinención?

Cómo los líderes de insights se enfrentan al mayor cambio de las últimas décadas

Daniela Gail (UNILEVER) Francisco Correa (YPF) Gabriela Basabe (ARCOS DORADOS) y Milagros Ripoll (L'OREAL)
Modera: Damian Suarez

17.11 a 17.36

Momento SAIMO 30 AÑOS

Modera Carolina Perrot con la participación de Jorge Lipetz, Vanina Gruart y Juana Merlo

17.36 a 17.56

17.56 a 18.06

Premio mejor presentación
Premio research got talent

18.06 a 18.16

Cierre

18.16 A 19.00

Cocktail de cierre para sponsors, ponentes y Junta Saimo en Salon de las artes UADE

ENTRE LINEAS

(15.30 a 16.00)

Astrid Pikielny conversa con Ignacio Ramírez sobre su libro “La gran transformación de la cultura política argentina”