

ID	FECHA	TIPO	AUTOR	TÍTULO	CITA	LINK	KW1
1	28 de septiembre de 2020	Artículo web	Juan Camilo Laverde González	Redefinir la estrategia de experiencia del cliente		https://www.linkedin.com/pulse/redefinir-la-estrategia-de-experiencia-del-cliente-laverde-gonz%25C3%25A1lez/?trackingId=y8enqCP0QIW84kqpEaqjxw%3D%3D	e-commerce
					Izquierdo, A. (13 de enero de 2023). <i>El metaverso y lo que promete para este 2023</i> . Revista P&M. https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/58708/el-metaverso-y-lo-que-promete-para-este-2023		
2	13 de enero de 2023	Revista P&M	Aura Izquierdo	El metaverso y lo que promete para este 2023	Cita (Izquierdo, 2023)	https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/58708/el-metaverso-y-lo-que-promete-para-este-2023	metaverso
3	13 de octubre de 2022	Artículo web	Marketing Services de Colombia S.A.S.	Experiencia Phygital: lo último en tendencias de marketing		https://www.linkedin.com/pulse/experiencia-phygital-lo-%25C3%25BAltimo-en-tendencias/?trackingId=ooZUfAWXQL%2BUictWF%2B0qbA%3D%3D	Metaverso
4	29 de junio de 2023	Artículo web	Alejandro Murcia	El Futuro del Retail: Cómo la Inteligencia Artificial Está Redefiniendo la Experiencia de Compra		https://www.linkedin.com/pulse/el-futuro-del-retail-c%25C3%25B3mo-la-inteligencia-artificial-de-publicista/?trackingId=ikgn1MLaRxySVI%2B72HEYzg%3D%3D	sector retail
5	4 de abril de 2023	Artículo web	RUSMELY RENGIFO	Tendencias actuales del Mercadeo Legal		https://www.linkedin.com/pulse/tendencias-actuales-del-mercadeo-legal-rusmely-rengifo/?trackingId=ft8y9zFIT1yI9jB1i9eCgQ%3D%3D	marketing legal
6	30 de mayo de 2023	Artículo web	Gabriel Jaime Villa G.	EL PLAN DE MARKETING 2023		https://www.linkedin.com/pulse/el-plan-de-marketing-2023-gabriel-jaime-villa-gonz%25C3%25A1lez/?trackingId=8pD6qMpDQj6QhfZQQBXDIg%3D%3D	plan de marketing

7	30 de Junio de 2023	Revista P&M	Aura Izquierdo	Día Mundial de las Redes Sociales: 3 tendencias de marketing y ventas para aprovecharlas	Izquierdo, A. (30 de Junio de 2023). <i>Día Mundial de las Redes Sociales: 3 tendencias de marketing y ventas para aprovecharlas</i> . Revista P&M. https://www.revistapym.com.co/articulos/digital/64552/dia-mundial-de-las-redes-sociales-3-tendencias-de-marketing-y-ventas-para-aprovecharlas (Izquierdo, 2023)	https://www.revistapym.com.co/articulos/digital/64552/dia-mundial-de-las-redes-sociales-3-tendencias-de-marketing-y-ventas-para-aprovecharlas	Día mundial de las Redes Sociales
8	3 de octubre de 2023	Revista Digital	Redacción P&M	Teads y OMD presentan innovador estudio multiplataforma de neurociencia realizado en América Latina		https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/67223/teads-y-omd-presentan-innovador-estudio-multiplataforma-de-neurociencia-realizado-en-america-latina	estudio de neurociencia
9	27 de septiembre de 2023	Revista Digital	Gabriela Vargas	Video columna: el impacto del streaming en la transformación del consumo de contenidos		https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/66974/video-columna-el-impacto-del-streaming-en-la-transformacion-del-consumo-de-contenidos	revolución digital
10	9 de agosto de 2023	Revista P&M	Juan Diego Gómez Ramírez	Pinterest demuestra que la positividad impulsa a la acción a cada paso de la experiencia de compra	Gómez, J. (9 de agosto de 2023). <i>Pinterest demuestra que la positividad impulsa a la acción a cada paso de la experiencia de compra</i> . Revista P&M. https://www.revistapym.com.co/articulos/digital/65744/pinterest-demuestra-que-la-positividad-impulsa-a-la-accion-a-cada-paso-de-la-experiencia-de-compra (Gómez, 2023)	https://www.revistapym.com.co/articulos/digital/65744/pinterest-demuestra-que-la-positividad-impulsa-a-la-accion-a-cada-paso-de-la-experiencia-de-compra	impacto de la positividad
11	Octubre de 2023	Revista Digital	SIMONE BERVIG	Personalización: la gran tendencia en CX en Latinoamérica en 2023		https://www.revistapym.com.co/articulos/opinion/64871/simone-bervig/64857/personalizacion-la-gran-tendencia-en-cx-en-latinoamerica-en-2023	experiencia del cliente (CX)
12	15 de junio de 2023	Revista P&M	Laura Niño	Predicciones cumplidas de marketing en 2023	Niño, L. (15 de junio de 2023). <i>Predicciones cumplidas de marketing en 2023</i> . Revista P&M. https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/63964/predicciones-cumplidas-de-marketing-en-2023 (Niño, 2023)	https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/63964/predicciones-cumplidas-de-marketing-en-2023	Recolección de datos

13	Artículo publicado en la edición #485 de los meses de abril y mayo de 2023.	Revista Digital	PAULA ANDREA GAVIRIA ANDRÉS VENEGAS	Experimentos de IA para el mercadeo de la mano de Chat GPT		https://www.revistapym.com.co/articulos/opinion/58499/paula-andrea-gaviria/62366/experimentos-de-ia-para-el-mercadeo-de-la-mano-de-chat-gpt	inteligencia artificial
14	29 de Agosto de 2016	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	Conozca el top 5 de las tendencias con mayor impacto en el mundo del online marketing	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (29 de Agosto de 2016). <i>Conozca el top 5 de las tendencias con mayor impacto en el mundo del online marketing</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/163-www-andacol-com/newsletter-anda-23/1510-conozca-el-top-5-de-las-tendencias-con-mayor-impacto-en-el-mundo-del-online-marketing	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/163-www-andacol-com/newsletter-anda-23/1510-conozca-el-top-5-de-las-tendencias-con-mayor-impacto-en-el-mundo-del-online-marketing	App Marketing
15	27 de Junio de 2016	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	Prospectiva, el gran aliado del mercadeo	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (27 de Junio de 2016). <i>Prospectiva, el gran aliado del mercadeo</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/161-www-andacol-com/newsletter-anda-21/1402-prospectiva-el-gran-aliado-del-mercadeo	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/161-www-andacol-com/newsletter-anda-21/1402-prospectiva-el-gran-aliado-del-mercadeo	la prospectiva
16	04 Febrero, 2019	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	2019, año de ciberseguridad, inteligencia artificial y big data	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (4 de Febrero de 2019). <i>2019, año de ciberseguridad, inteligencia artificial y big data</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/3581-2019-ano-de-ciberseguridad-inteligencia-artificial-y-big-data	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/3581-2019-ano-de-ciberseguridad-inteligencia-artificial-y-big-data	tecnologías de la información y las telecomunicaciones

17	05 de Abril de 2018	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	¿Cómo se adapta el marketing a la nueva era móvil?	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (5 de Abril de 2018). <i>¿Cómo se adapta el marketing a la nueva era móvil?</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/3059-como-se-adapta-el-marketing-a-la-nueva-era-movil	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2018)	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/3059-como-se-adapta-el-marketing-a-la-nueva-era-movil	Mobile Marketing Association (MMA)
18	20 de Marzo de 2018	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	Paola Aldaz (Mastercard): El futuro cercano del marketing	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (20 de Marzo de 2018). <i>Paola Aldaz (Mastercard): El futuro cercano del marketing</i> . https://www.andacol.com/index.php/empresas/3039-paola-aldaz-mastercard-el-futuro-cercano-del-marketing	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2018)	https://www.andacol.com/index.php/empresas/3039-paola-aldaz-mastercard-el-futuro-cercano-del-marketing	El contexto determina la estrategia
19	21 de Febrero de 2018	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	El contenido y la experiencia son las prioridades para este año	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (21 de Febrero de 2018). <i>El contenido y la experiencia son las prioridades para este año</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2974-el-contenido-y-la-experiencia-son-las-prioridades-para-este-ano	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2018)	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2974-el-contenido-y-la-experiencia-son-las-prioridades-para-este-ano	content marketing
20	07 de Febrero de 2018	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	En 2018 crecerán las oportunidades para las marcas en digital	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (07 de Febrero de 2018). <i>En 2018 crecerán las oportunidades para las marcas en digital</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2946-en-2018-creceran-las-oportunidades-para-las-marcas-en-digital	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2018)	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2946-en-2018-creceran-las-oportunidades-para-las-marcas-en-digital	realidad aumentada (AR)

21	18 de Diciembre de 2017	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	Radiografía del comercio electrónico en Colombia	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (18 de Diciembre de 2017). <i>Radiografía del comercio electrónico en Colombia</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2862-radiografia-del-comercio-electronico-en-colombia	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2017)	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2862-radiografia-del-comercio-electronico-en-colombia	comercio electrónico
22	09 de Octubre de 2017	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	El futuro pasa por la experiencia de marca, dice el CMO global de Colgate	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (9 de Octubre de 2017). <i>El futuro pasa por la experiencia de marca, dice el CMO global de Colgate</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2680-el-futuro-pasa-por-la-experiencia-de-marca-dice-el-cmo-global-de-colgate	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2017)	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2680-el-futuro-pasa-por-la-experiencia-de-marca-dice-el-cmo-global-de-colgate	fraude publicitario
23	25 Abril de 2017	ANDA	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia	Las redes sociales y las estadísticas impulsan al content marketing	Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (25 Abril de 2017). <i>Las redes sociales y las estadísticas impulsan al content marketing</i> . https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2204-las-redes-sociales-y-las-estadisticas-impulsan-al-content-marketing	(Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia [ANDA], 2017)	https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/2204-las-redes-sociales-y-las-estadisticas-impulsan-al-content-marketing	Social media y analytics
24	22 de Febrero de 2013	Página web	IAB COLOMBIA	Charla IAB: Tendencias Digitales 2013			https://www.iabcolombia.com/charla-iab-tendencias-digitales-2013/	La década del móvil
25	9 de abril de 2020	Artículo web	Belkis Mira Olarte	Marketing en tiempos de una pandemia global.			https://www.linkedin.com/pulse/marketing-en-tiempos-de-una-pandemia-global-belkis-mira-olarte/	Volver a lo básico
26	10 de agosto de 2023	Artículo web	Carlos Ruiz Morán	Marketing Digital			https://www.linkedin.com/pulse/marketing-digital-carlos-ruiz-mor%C3%A1n/?trackingId=SZVn410NS2aLZw%2F5xz2VvA%3D%3D	Keyword: Digital
27	22 de febrero de 2023	Artículo web	Juan Carlos Currás M.	¿Y ahora qué hago?			https://www.linkedin.com/pulse/y-ahora-que-hago-juan-carlos-currás-m-/	Marca personal

28	26 de enero de 2023	Artículo web	Gabriel Pineda-Arteaga	Entrevista con ChatGPT	https://www.linkedin.com/pulse/entrevista-con-chatgpt-gabriel-pineda-arteaga/	Atención al cliente
29	12 de enero de 2023	Artículo web	Oliver Duarte	ChatGPT: Marketing en 2023	https://www.linkedin.com/pulse/chatgpt-marketing-en-2023-oliver-duarte/	Generación de contenido automatizada
30	12 de enero de 2022	Artículo web	Artículo desarrollado por: Gerente de Misti4youadvertising, publicidad y marketing digital 360°, Licenciado Carlos Sánchez Cañellas, última revisión a las 1950 horas del 12 de Enero de 2022.	La Inteligencia Artificial aplicada a la publicidad y el marketing digital.	https://www.linkedin.com/pulse/la-inteligencia-artificial-aplicada-publicidad-y-el-sánchez-cañellas/	Maquinaria computacional e inteligencia

KW2	KW3	KW4	KW5	KW6	KW7	KW8	KW9	KW10	KW11	KW12	KW13
transformación digital	omnicanalidad	experiencia del cliente	promesa de marca	AR (Realidad aumentada)	VR (Realidad Virtual)	opciones sin contacto	mercado online				
experiencias multidimensionales	realidad aumentada	Web 3.0	realidad virtual	tecnología de tercera dimensión	adaptabilidad	comercio digital	Blockchain	NFT	aspectos sociales y legales del Metaverso	mundos inmersivos	
entorno digital y offline	experiencia phygital	physical y digital	experiencia de compra del usuario	omnicanalidad	puente entre un usuario y una actividad	Engaging: la inmersión y conexión	VR: realidad virtual que permite interactuar con avatares y tiendas virtuales	AR: videollamada y chatbots de realidad aumentada con producto comprables	Hol: Hologramas interactivos accesibles en casa, oficina o calle	SO: Social media con interfaces interactivas	customer journey
inteligencia artificial (IA)	Personalización de la experiencia del cliente	Chatbots y asistentes virtuales	Optimización de la cadena de suministro	Experiencias de compra personalizadas	Detección de fraudes y seguridad	industria minorista					
Marca personal de los abogados	Inteligencia artificial	Marketing de contenido	Marketing digital	Automatización de marketing	Enfoque en la experiencia del cliente	Mayor énfasis en la responsabilidad social corporativa					
Inteligencia Artificial y Automatización Inteligente	Experiencia del Usuario Centrada en la Omnicanalidad	Contenido Generado por el Usuario (UGC)	Marketing de Influencia Evolucionado	influencers	microinfluencers	Plataformas de Inteligencia Artificial y Análisis de Datos	Chatbots y Asistentes Virtuales	Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV)	Automatización de Marketing	Estrategias personalizadas	Optimización de recursos

e-commerce	c-commerce o comercio conversacional	automatización	inteligencia artificial	chatbots	asistentes de voz (voicebots)	Procesamiento de lenguaje inteligente	procesamiento de lenguaje inteligente (Speech Analytics)	integración omnicanal	sistema CRM (Customer Relationship Management)		
dinámica de la Atención a la publicidad en video	niveles de Atención de los usuarios	patrones de Atención	Momentos de Micro atención	avanzado software de seguimiento ocular	intersección existente entre el engagement visual de los anuncios y el entorno contextual	Coefficiente de Atención K	métrica que mide la calidad de la Atención	Factor de Pérdida de Atención	Velocidad de Desplazamiento	Variación entre plataformas	La importancia de la Optimización Creativa
streaming	tiempo real	estrategia de pay-per-view	gama de series y películas	plataforma de streaming	música en streaming	video en streaming	podcasts	diversidad de contenidos	consumo de contenido en audio o video	revolución del streaming	
creación de un entorno en línea positivo	sentimientos positivos	espacios positivos	compras de productos de esas marcas	impacto significativo de un entorno positivo	oasis virtual	experiencias positivas impulsan más acciones					
experiencia de compra y servicios	personalización	construcción de confianza	experiencia positiva	transformación digital	Analítica e Inteligencia Artificial	experiencias únicas	creación de valor para el cliente a largo plazo	ventaja competitiva	ROI	privacidad de datos dentro de la personalización	códigos de ética
Google Analytics	Búsqueda por voz	Live shopping	live commerce	streaming	influencers	Social Commerce	Publicidad en podcast	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia			

procesos de ideación, creatividad, producción y despliegue

materiales de valor

Chat GPT

prompt

AI/SAAS [Artificial Intelligence/Software as a Service]

Google Adwords

input

chatbots de IA

herramientas digitales

redes sociales

generación de contenido

marketing online

telefonía móvil

Personalización

Big Data

hiper-segmentado

Integración de medios digitales

mix de medios

ecosistemas digitales

Contenido en tiempo real

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Gastón Berger

Globalización

Nuevas tecnologías

Hipercompetencia

Hiper información

Multiculturalidad

cobranding

capacidad logística

satisfacer una necesidad

crear una experiencia

La minería de datos

Big Data

IoT (Internet de las cosas)

AI (Inteligencia Artificial)

Ciberseguridad

LEARNING MACHINE

CENTRO DE DATOS (Data Center)

Edge Computing

REALIDAD VIRTUAL Y REALIDAD AUMENTADA

TECNOLOGÍA 'BLOCKCHAIN'

PROBLEMAS ÉTICOS

AI explicable

Inteligencia artificial aplicada al mobile marketing	Blockchain: mucho más allá de los mercados fintech	El poder de la voz: la explosión del audio advertising	VR y AR impulsan el contenido interactivo	Transparencia en el uso de datos y en la compra de medios: segmentación y la nueva era de la programática	Los servicios "location-based" refuerzan la vocación del móvil	Pagos móviles y seguridad: la nueva billetera	Messaging como plataforma de marketing	Micromomentos, influenciadores y contenido móvil	Multi-touch attribution en la era del contexto		
Democratización	La experiencia como nuevo status	Ageless	Redes colaborativas	Personalización de productos	Marcas con causa	Flexibilización	Las apps con voz e integradas	Comprar por separado	Seguir el pulso popular	Reducir el stress	Inteligencia artificial
customer experience	medición y la gestión de datos y audiencias	data y analytics	experiencias personalizadas en tiempo real	realidad virtual	inteligencia artificial						
realidad virtual (VR)	internet de las cosas (IoT)	content marketing (objetos, personas y tecnología)	Desarrollo de la inteligencia artificial	MR (realidad mixta)	Redes sociales en busca de establecer hábitos de ver TV	La publicidad en redes sociales inspira nuevas experiencias	Potenciar las marcas con marketing de influencers	El formato en video se encuentra en lo más alto	La Generación Z lucha por la privacidad	Noticias falsas: el lado más oscuro de las redes sociales	La convergencia de las redes une a China como imperio.

macrotendencias	Conectividad en aumento	penetración de smartphones	pirámide socioeconómica	Problemas de movilidad	penetración del automóvil	consumo por Internet	autenticidad del producto	certificados de seguridad electrónica	métodos de pago	Marketplace	legislaciones tributarias
transparencia	experiencias de marca	medios online y offline	nivel de awareness y de transacciones	puntos de contacto	imagen integradora	servicio al cliente en la tienda o en la web					
mercadeo de contenido	redes sociales	blogs	emails	content marketing	analytics	tráfico de los sitios	calidad de las ventas	métricas			
Contenido como estrategia	Big data – Real time	E-mail marketing renace	Todo conectado	Gamification	Crowdsourcing	Crowdfunding	inversión en digital				
estudiar al consumidor	El mundo Digital	plataformas digitales	La comunidad	segmento objetivo	beneficios funcionales y emocionales	estrategia de mercado	resiliencia				
Contexto - Información	metodología SMART	audiencia	KPI's	Tecnología - Canales, software, plataformas o AI	Análisis - Configuración de píxeles, medición y análisis, dashboards	Insights - Data-Driven decisions	Line-up - Equipo interno, procesos, equipo externo	SEO		SEM	
Contenido digital	Colaboración	Iniciativa y valor									

Automatización de la escritura	Generación de resúmenes automáticos	Traducción automática	Entretenimiento y juegos	Asistentes virtuales	Generación automática de contenido	Educación y entrenamiento	Investigación	Entretenimiento			
Asistentes de chat automatizados	Análisis de lenguaje natural	Personalización de contenido	Reducción de costos	Falta de originalidad	Pérdida de empleos	Error humano	Falta de personalidad	Dependencia excesiva			
Machine Learning	Deep Learning	Smart Compose	Farrago	Meetcortex	Sentione y Brandwatch	publicidad programática	Adext	Albert	Big Tech	Capacidades creativas	Capacidades analíticas

1

2

ROPO (Research
Offline,
Purchase
Online;
búsqueda
offline, compra
online) showrooming

3

2

1

Acceso a redes y
conexiones

3

3

Comprender la
pérdida de la
Atención La importancia de
la velocidad de
desplazamiento

3

3

2

protección de
datos lealtad del cliente

3

3

3

Contenido sobre demanda televisores inteligentes 3

crear comunidades conexión emocional con un contenido en un contexto particular 3

3

3

Posturas neutrales	Trabajar con antropólogos y sociólogos	3
-----------------------	--	---

3

tipos de cuenta en Instagram: "rinsta" (reales) o "finsta" (falsas).	conversión del tráfico multiplataforma	3
--	--	---

ecosistema
digital

2

2

2

1

3

3

1

3

3

3

Capacidades
tecnológicas

EVALUADOR	NOMBRE COMPLETO	CARGO ACTUAL	AÑOS DE EXPERIENCIA			CUENTA CON POSGRADO		SI CUENTA CON POSGRADO - Registrela
			1 a 3 años	3 a 5 años	5 años o más	SI	NO	
1	Vladimir Sánchez Riaño	Profesor Asociado de Tiempo Completo Área Académica de Publicidad Universidad Jorge Tadeo Lozano			X	X		Doctorado
2	Jorge Eliécer Bojacá Daza	Docente Universitario de Cátedra en Publicidad y Mercadeo			X	X		Magíster
3	María Paola Reyes Gómez	Coordinadora de Investigación Fundación Universitaria Salesiana			X	X		Magíster
4	Darwin Quintana Gallego	Coordinador Centro de Pensamiento de Realidades Juveniles "MARIO PERESSON TONELLI"			X	X		Magíster
5	Andrea Suárez	Profesora Asociada de la Universidad EAN			X	X		Magíster

OBSERVACIONES

Como experto en esta validación su aporte fué desde su experiencia laboral en campos académicos de publicidad y marketing.

Como experto en esta validación su aporte fué desde su experiencia en Economía y su relación con la metodología de investigación para el área de mercadeo y publicidad .

Como experta en esta validación su aporte fué desde su experiencia laboral desde la parte metodológica como coordinadora de investigación en proyectos académicos en educación superior.

Como experto en esta validación su aporte fué desde su experiencia laboral desde el conocimiento de metodología de la investigación y como coordinador de proyectos de investigación social en educación superior.

Como experta en esta validación su aporte fué desde su experiencia laboral desde los procesos administrativos del marketing y académico.

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	1. ¿Autoriza o no el uso de la información que se registrará en el siguiente formulario para fines académicos?.	2. ¿Cuál es su rol o su posición en el mercado laboral?, (Elija una de las siguientes):	3. ¿En qué sector empresarial desempeña su rol o su posición en el mercado laboral?, (Escoja una de las siguientes):	4. ¿A qué género pertenece?.	5. ¿En qué ciudad o lugar de Colombia se desempeña laboralmente?, (Escriba su respuesta):	6. De las siguientes competencias y habilidades para desempeñarse en cargos laborales de Marketing Digital, elija la que considere más importante, teniendo en cuenta la ciudad o lugar de Colombia donde se encuentra ubicado actualmente:	8. ¿En qué rango de edad se encuentra?.	9. ¿Cuál es su formación académica?, (Elija una de las siguientes):
7/30/2024 22:04:53	shadowfalcon33@gmail.com	Sí	Profesional en departamento de marketing	Educación superior	Hombre	Bogotá	Analítica de Datos y Tech	25 a 34 años	Maestría
8/4/2024 21:42:09	alerpcob@gmail.com	Sí	Director en departamento de marketing	Educación superior	Mujer	Bogota	Planeación del Mercado	35 a 44 años	Maestría
8/5/2024 6:29:38	johncelis@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Medios audiovisuales y de comunicación	Hombre	BOGOTA D.C.	Publicidad y Promoción	45 a 54 años	Profesional
8/5/2024 14:52:10	salomevalderrama@gmail.com	Sí	Profesional en departamento de marketing	Otro	Mujer	Bogotá	Gestión de Ventas	25 a 34 años	Profesional
8/5/2024 15:44:58	luisfdohoyos@gmail.com	Sí	Director en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Hombre	Bogotá	Gestión de Proyectos	45 a 54 años	Profesional
8/5/2024 18:16:01	john.rengifo@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Construcción y energía	Hombre	Bogotá	Publicidad y Promoción	35 a 44 años	Maestría

8/5/2024 20:23:17	mrodriguez@keos.co	Sí	Profesional en departamento de marketing	Ingeniería y tecnología	Mujer	Bogotá	Analítica de Datos y Tech	35 a 44 años	Profesional
8/7/2024 15:28:11	notoy14@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Alimentos y bebidas	Hombre	Bogotá	Analítica de Datos y Tech	35 a 44 años	Doctorado
8/7/2024 15:29:48	vafelu@gmail.com	Sí	Director en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Hombre	Bogotá	Planeación del Mercado	45 a 54 años	Maestría
8/7/2024 15:48:52	nataliaguerreromora1@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Agencia de marketing digital	Mujer	Mocoa	Diseño y Contenido	35 a 44 años	Profesional
8/7/2024 15:51:45	cesargamboah@gmail.com	Sí	Jefe en departamento de marketing	Medios audiovisuales y de comunicación	Hombre	Cucuta	Gestión de Ventas	35 a 44 años	Especialización
8/7/2024 16:16:54	director@openmediaco.com	Sí	CEO de una organización	Agencia de marketing digital	Hombre	Bogotá	Gerencia e Innovación	45 a 54 años	Maestría
8/7/2024 17:23:47	charli3vel@gmail.com	Sí	Coordinador en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Hombre	Medellín- Bogotá (Remoto)	Gestión de Proyectos	25 a 34 años	Maestría
8/7/2024 18:54:58	andrecaro82@gmail.com	Sí	Director en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Mujer	Bogotá	Analítica de Datos y Tech	35 a 44 años	Profesional

8/7/2024 19:00:29	clcastano357@gmail.com	Sí	Director en departamento de marketing	Otro	Mujer	Bogota	Comercio Electrónico	25 a 34 años	Maestría
8/7/2024 19:05:00	eliana11diaz@gmail.com	Sí	Coordinador en departamento de marketing	Alimentos y bebidas	Mujer	Bogota	Gestión de Proyectos	25 a 34 años	Maestría
8/7/2024 21:31:59	marce.rubio86@gmail.com	Sí	Coordinador en departamento de marketing	Finanzas y bancario	Mujer	Bogotá	Planeación del Mercado	35 a 44 años	Especialización
8/7/2024 22:27:32	laura.becerra.falla@gmail.com	Sí	Director en departamento de marketing	Hotelería y turismo	Mujer	Bogota	Comercio Electrónico	25 a 34 años	Maestría
8/8/2024 8:54:47	aguillondaniel1@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Agencia de marketing digital	Hombre	Bogotá	Comercio Electrónico	18 a 24 años	Profesional
8/8/2024 11:42:04	afriosni@gmail.com	Sí	Profesional en departamento de marketing	Educación superior	Hombre	Tunja	Publicidad y Promoción	25 a 34 años	Profesional
8/8/2024 22:45:42	sepulvedabrayan131@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Otro	Hombre	BOGOTA	Gestión de Ventas	25 a 34 años	Maestría
8/9/2024 17:36:17	danielavargasgonzalez@gmail.com	Sí	CEO de una organización	Consultoría profesional y empresarial	Mujer	Bogotá	Gerencia e Innovación	25 a 34 años	Maestría

Mercadeo	10 a 14 años	Empresario, colaborador y docente	5	9	9	9	9	9	10	10
Administración de empresas	10 a 14 años	Empresario, colaborador y docente	8	9	9	10	8	8	8	10
Publicidad	20 años en adelante	Empresario, colaborador y docente	2	3	3	2	2	2	8	9
Publicidad	15 a 19 años	Empresario	8	6	1, 8	8	7	8	8	8
Economía	10 a 14 años	Empresario	10	9	9	9	10	7	10	9
Mercadeo	20 años en adelante	Empresario y docente	9	10	10	9	9	10	9	10
Mercadeo	5 a 9 años	Colaborador y docente	10	9	10	9	10	9	9	9
Publicidad	15 a 19 años	Colaborador	8	10	10	10	10	8	9	10

Mercadeo	5 a 9 años	Colaborador	8	8	9	8	9	7	8	9
Mercadeo	5 a 9 años	Colaborador	5	5	5	4	4	3	8	9
Publicidad	15 a 19 años	Colaborador	9	10	10	10	10	8	10	10
Otra	10 a 14 años	Colaborador	9	8	9	10	10	10	7	8
Mercadeo	5 a 9 años	Empresario y docente	9	8	9	9	10	10	8	8
Comunicación social y periodismo	5 a 9 años	Colaborador	10	10	10	10	10	9	8	8
Otra	5 a 9 años	Empresario	9	1	7	10	10	3		9
Mercadeo	10 a 14 años	Empresario y docente	10	10	10	10	10	10	8	10

14. De acuerdo con su experiencia califique de 1 a 10, en donde 1 es nada relevante y 10 muy relevante, la presencia e importancia de las siguientes habilidades para el desarrollo de actividades específicas en el Mercadeo Digital: [Gerencia e Innovación]	14. De acuerdo con su experiencia califique de 1 a 10, en donde 1 es nada relevante y 10 muy relevante, la presencia e importancia de las siguientes habilidades para el desarrollo de actividades específicas en el Mercadeo Digital: [Informes de Tendencia]	14. De acuerdo con su experiencia califique de 1 a 10, en donde 1 es nada relevante y 10 muy relevante, la presencia e importancia de las siguientes habilidades para el desarrollo de actividades específicas en el Mercadeo Digital: [Noticias y Actualidad]	14. De acuerdo con su experiencia califique de 1 a 10, en donde 1 es nada relevante y 10 muy relevante, la presencia e importancia de las siguientes habilidades para el desarrollo de actividades específicas en el Mercadeo Digital: [Diseño y Contenido]	14. De acuerdo con su experiencia califique de 1 a 10, en donde 1 es nada relevante y 10 muy relevante, la presencia e importancia de las siguientes habilidades para el desarrollo de actividades específicas en el Mercadeo Digital: [Formación e Investigación]	15. ¿Considera usted que el profesional de mercadeo se encuentra actualmente preparado para responder a los desafíos digitales en el mercado laboral colombiano?, (Responda Sí o No y justifique su respuesta).	16. ¿Considera usted pertinente realizar una guía práctica profesional que proporcione herramientas en habilidades y competencias en el marketing digital para destacarse en el mercado laboral colombiano?, (Responda Sí o No y justifique su respuesta).	7. Si considera importante registrar una nueva competencia o habilidad, regístrela en este espacio:
9	10	6	9	8	Si, aunque con un conocimiento especializado en un sector puntual del Marketing	Sí	
6	5	6	6	5	No	No	
9	9	9	9	9	No, ya que aún continúa la tendencia en el mercado sobre lo impreso y no sobre lo visual	Si, ya que hoy en día, lo digital crece a ritmo más alto que lo tradicional	
8	9	9	8	9	No, falta actualizar	Sí	
9	10	9	10	10	Si debido a la disrupción en la educación, actualmente existen diferentes maneras de desarrollar habilidades a través de contenido digital y existen personas que aún sin ser profesionales en carreras digitales tienen buenos conocimientos y han logrado un buen nivel para realizar un mejor desempeño en la organización.	Si, debido a la cantidad de información que actualmente se consigue y la permanente actualización de contenido de acuerdo a la evolución de los conceptos y herramientas digitales	Uso de herramientas AI
10	10	10	10	10	Son pocas las universidades que se enfocan en este tipo de profesional, la mayoría solo buscan sacar al mercado mercadólogos con viejas metodologías, que en ocasiones se vuelven obsoletas.	Si, el mercado lo pide.	Cierre de ventas y relacionamiento con cliente

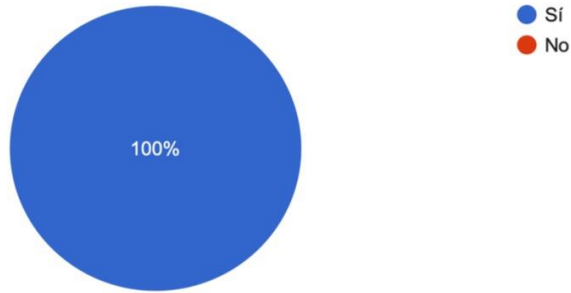
8	10	6	9	5	No, no depende de una profesión o disciplina, la raíz es la formación de habilidades y esto es posible desde la interdisciplinariedad, no es posible contar con un alto nivel estratégico, toma de decisiones y entendimiento del mercado cambiante sin un análisis desde diferentes perspectivas.	Sí pero muy aterrizado, no basado en la academia o en los libros sino en planes de experiencia de usuario, identificación de problemas reales en las compañías para optimizar procesos, hacer comunicables a las empresas en entornos digitales y mejores prácticas en usos de bases de datos, todo lo anterior converge en la automatización y en consecuencia, en mejores tiempos de respuesta a nivel de producto y de comunicación.	Inteligencia Artificial y Storytelling en creación de contenido
10	9	8	9	9	No, falta aun mucho trabajo en tecnología, datos e idiomas	Todo lo que incrementa el entendimiento del área y suma a al crecimiento del sector agrega valor	
7	8	7	7	8	Si, pero en la mayoría de casos hace falta el conocimiento o entendimiento técnico de ciertas acciones	Si, de acuerdo con el mercado laboral se busca muchas veces profesionales integrales que tenga conocimientos en varias áreas del marketing digital	Estrategia
8	9	8	9	8	No, desde mi perspectiva y dónde laboro, considero que es un departamento que no se le da mucha importancia, por ello la preparación de los profesionales en este campo es poca.	Si, es necesario estar actualizado	
10	9	8	10	10	Si	Si	N/A
10	9	9	9	9	No, falta enfoque en estrategia, creación de valor, liderazgo y analítica de datos, todos aplicados al marketing digital	Si, lo que hay se enfoca en desarrollar competencias duras, hay mucha herramienta y tecnología y poco enfocado en desarrollar una capa de estrategia, gestión de equipos, innovación y sostenibilidad	Estrategia de negocio y digital
9	7	7	8	8	No, desde una perspectiva global aún nos falta mucho para competir con profesionales de USA, UK o incluso México	sí ojala que a un nivel técnico y operativo de diferentes plataformas y herramientas. que al final la sinergia de estos ecosistemas es lo que permite una presencia fuerte en medios digitales	
9	10	10	8	8	No	Si	

9	8	8	9	9	Si, el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento y a medida el profesional ha crecido	Si	
9	6	7	8	9	No, hace falta mucho desde la academia. La mayoría de mis actividades las he aprendido por autogestion	Si	
10	9	9	9	8	Depende del campo donde se encuentre. No todas las empresas se encuentran dispuestas a ingresar a este mundo digital.	Pienso que esss competencias son las mismas solicitadas por cada empresa de acuerdo a su inmersión en el tema. Cabe aclarar que hay unos conocimientos mínimos que te llevan a tener un conocimiento vago en estos temas	Accesos y tendencias tecnológicas
8	9	9	10	8	No, la formación en mercadeo es holística pero no tiene un enfoque específico.	Si, aunque tendría que ser actualizado constantemente, para estar al día con el avance de la tecnología.	
8	9	8	10	9	No	Si, soy fiel creyente que la educación no formal, es más efectiva hoy en día	Educación
10	10	10	10	10	Sí, considero que actualmente el acceso a formación es bastante amplio, por lo que prácticamente cualquier profesional de mercadeo puede contextualizarse y formarse en caso de ser necesario.	Sí, considero relevante este documento porque muchos no saben como actuar ante situaciones de crisis o emergencia, así como en casos particulares donde se requiere mayor esfuerzo o presencia.	Liderazgo
8	10	8	10	8	Si, son personas que su profesión le exige actualizarse y adaptarse a lo que les establezca el mercado	Si, puede ser una herramienta valiosa, que permita que el profesional logre solucionar algún problema que se le interponga en su contexto laboral o logre adoptarlo para resolver el problema	
10	8	9	9	10	En algunos casos el profesional en mercadeo omite el componente estratégico, tal vez considera que marketing se resume solo a creatividad y aunque este factor es indispensable, se requieren más componentes para desarrollar un trabajo integral, por ejemplo: capacidad analítica, estratégica y financiera para que el profesional pueda competir en el mercado, aportar valor a la industria, y en el mejor de los casos convertirse en ese emprendedor que generador de valor.	Si, toda vez que esté actualizada y aporte valor al profesional.	Experiencia de usuario en canales digitales

5	6	5	10	10	Depende, creo que todos los profesionales en mercadeo deben de estar actualizándose constantemente para poder ejercer una buena labor, pero si esto no se hace juiciosamente es muy fácil que sus competencias se vean reducidas por la alta demanda de necesidades de mercadeo en el mundo digital.	Sí, absolutamente necesario, el mercadeo tiene muchos campos de acción y es necesario que los profesionales se enfoquen en alguno para poder explotar al máximo sus habilidades y además para saber hacia dónde van a buscar opciones de empleo o emprendimiento.	

1. ¿Autoriza o no el uso de la información que se registrará en el siguiente formulario para fines académicos?.

23 respuestas



3. ¿En qué sector empresarial desempeña su rol o su posición en el mercado laboral?, (Escoja una de las siguientes):

23 respuestas



▲ 1/2 ▼



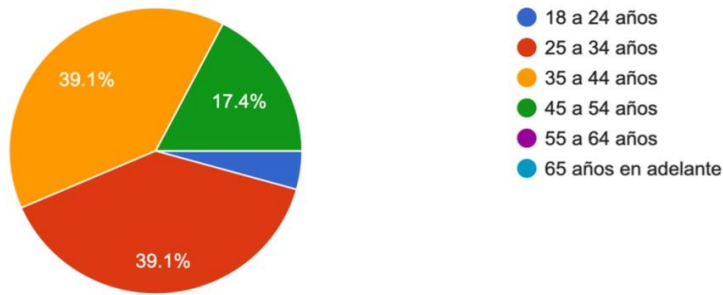
6. De las siguientes competencias y habilidades para desempeñarse en cargos laborales de Marketing Digital, elija la que considere más imp... Colombia donde se encuentra ubicado actualmente:

23 respuestas



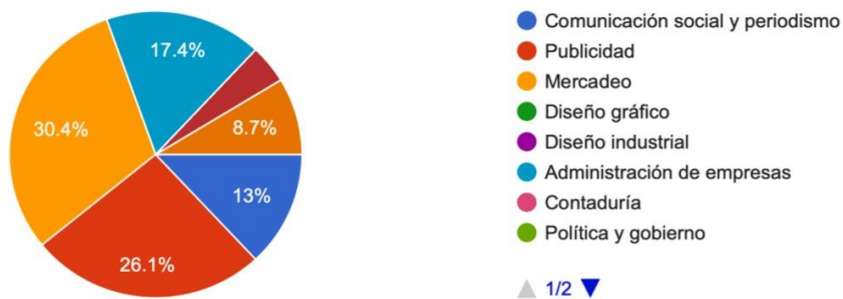
8. ¿En qué rango de edad se encuentra?.

23 respuestas



10. ¿Qué título de formación académica tiene?, (Elija una de las siguientes):

23 respuestas



11. ¿En qué rango de experiencia laboral se encuentra?, (Escoja una de las siguientes):

23 respuestas

No, hace falta mucho desde la academia, los certificados los he aprendido por autogestión. Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento

Si, aunque con un conocimiento especializado en un sector puntual del Marketing Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **No**

Si debido a la disrupción en la educación, actualmente existen diferentes maneras de desarrollarlas Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento

No, falta aun mucho trabajo en tecnología, datos e idiomas Depende creo que todos los profesionales en mercadeo deben de estar actualizandose constantemente

No, ya que aun continua la tendencia en el mercado sobre lo impreso y no sobre lo visual Si los perfiles que se piden se exige actualización y adaptarse al mercado **No, falta actualizar**

No, no depende de una profesion o disciplina, la raiz es la formación de habilidades Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **Si**

Si, pero en la mayoría de casos hace falta el conocimiento o entendimiento tecnico Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **No**

No, desde una perspectiva global aun nos falta mucho para competir con profesionales de USA o UK **No**

No, hace falta mucho desde la academia. Mis actividades las he aprendido por autogestion Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **No**

No, la formacion en mercadeo es holistica pero no tiene un enfoque especifico Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento

No, falta actualizar Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **No, falta actualizar** Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **No**

No, falta actualizar Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento **Si** Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento

Si, aunque con un conocimiento especializado en un sector puntual del Marketing Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento

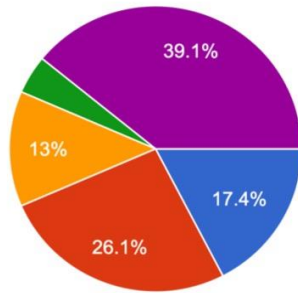
No, no depende de una profesion o disciplina, la raiz es la formación de habilidades

Si el mercado colombiano a nivel digital está en crecimiento

No, hace falta mucho desde la academia, los certificados los he aprendido por autogestión

2. ¿Cuál es su rol o su posición en el mercado laboral?, (Elija una de las siguientes):

23 respuestas

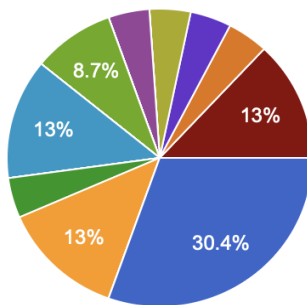


- Profesional en departamento de marketing
- Director en departamento de marketing
- Coordinador en departamento de marketing
- Jefe en departamento de marketing
- CEO de una organización

3. ¿En qué sector empresarial desempeña su rol o su posición en el mercado laboral?, (Escoja una de las siguientes):

23 respuestas

 Copiar

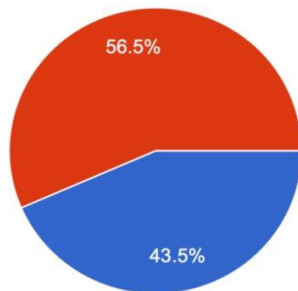


- Salud y químicos
- Recreación y deporte
- Ingeniería y tecnología
- Entidad gubernamental
- Finanzas y bancario
- Hotelería y turismo
- Consultoría profesional y empresarial
- Otro

▲ 2/2 ▼

4. ¿A qué género pertenece?.

23 respuestas

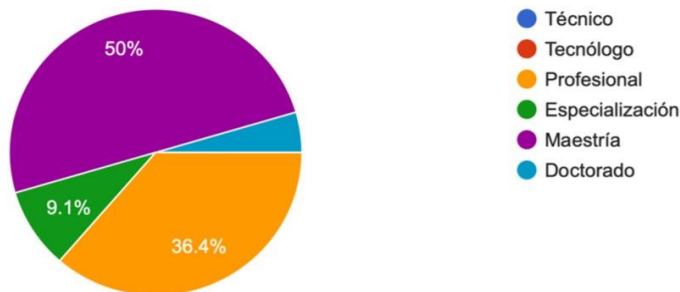


- Mujer
- Hombre



9. ¿Cuál es su formación académica?, (Elija una de las siguientes):

22 respuestas



12. Dentro de su trayectoria profesional elija el campo o área en el cual se ha desempeñado mavormente a nivel laboral. (Escoia una de las siquientes):

Dirección de correo electrónico	2. ¿Cuál es su rol o su posición en el mercado laboral?, (Elija una de las siguientes):	3. ¿En qué sector empresarial desempeña su rol o su posición en el mercado laboral?, (Escoja una de las siguientes):	4. ¿A qué genero pertenece?.
shadowfalcon33@gmail.com	Profesional en departamento de marketing	Educación superior	Hombre
alerpcob@gmail.com	Director en departamento de marketing	Educación superior	Mujer
johncelis@gmail.com	CEO de una organización	Medios audiovisuales y de comunicación	Hombre
salomevalderrama@gmail.com	Profesional en departamento de marketing	Otro	Mujer
luisfdohoyos@gmail.com	Director en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Hombre
john.rengifo@gmail.com	CEO de una organización	Construcción y energía	Hombre

mrodriguez@keos.co	Profesional en departamento de marketing	Ingeniería y tecnología	Mujer
notoy14@gmail.com	CEO de una organización	Alimentos y bebidas	Hombre
vafelu@gmail.com	Director en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Hombre
nataliaguerreros1@gmail.com	CEO de una organización	Agencia de marketing digital	Mujer
cesargamboah@gmail.com	Jefe en departamento de marketing	Medios audiovisuales y de comunicación	Hombre
director@openmediaco.com	CEO de una organización	Agencia de marketing digital	Hombre
charli3vel@gmail.com	Coordinador en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Hombre
andrecaro82@gmail.com	Director en departamento de marketing	Agencia de marketing digital	Mujer

clcastano357@gmail.com	Director en departamento de marketing	Otro	Mujer
eliana11diaz@gmail.com	Coordinador en departamento de marketing	Alimentos y bebidas	Mujer
marce.rubio86@gmail.com	Coordinador en departamento de marketing	Finanzas y bancario	Mujer
laura.becerra.falla@gmail.com	Director en departamento de marketing	Hotelería y turismo	Mujer
aguillondaniel1@gmail.com	CEO de una organización	Agencia de marketing digital	Hombre
afriosni@gmail.com	Profesional en departamento de marketing	Educación superior	Hombre
sepulvedabrayan131@gmail.com	CEO de una organización	Otro	Hombre
danielavargasgonzalez@gmail.com	CEO de una organización	Consultoría profesional y empresarial	Mujer

eureka.creatividad@gmail.com	CEO de una organización	Medios audiovisuales y de comunicación	Hombre
------------------------------	-------------------------	--	--------

5. ¿En qué ciudad o lugar de Colombia se desempeña laboralmente?, (Escriba su respuesta):	8. ¿En qué rango de edad se encuentra?.	9. ¿Cuál es su formación académica?, (Elija una de las siguientes):	10. ¿Qué título de formación académica tiene?, (Elija una de las siguientes):
Bogotá	25 a 34 años	Maestría	Publicidad
Bogota	35 a 44 años	Maestría	Comunicación social y periodismo
BOGOTA D.C.	45 a 54 años	Profesional	Administración de empresas
Bogotá	25 a 34 años	Profesional	Comunicación social y periodismo
Bogotá	45 a 54 años	Profesional	Administración de empresas
Bogotá	35 a 44 años	Maestría	Administración de empresas

Bogotá	35 a 44 años	Profesional	Mercadeo
Bogotá	35 a 44 años	Doctorado	Administración de empresas
Bogotá	45 a 54 años	Maestría	Publicidad
Mocoa	35 a 44 años	Profesional	Publicidad
Cucuta	35 a 44 años	Especialización	Economía
Bogotá	45 a 54 años	Maestría	Mercadeo
Medellín- Bogotá (Remoto)	25 a 34 años	Maestría	Mercadeo
Bogotá	35 a 44 años	Profesional	Publicidad

Bogota	25 a 34 años	Maestría	Mercadeo
Bogota	25 a 34 años	Maestría	Mercadeo
Bogotá	35 a 44 años	Especialización	Publicidad
Bogota	25 a 34 años	Maestría	Otra
Bogotá	18 a 24 años	Profesional	Mercadeo
Tunja	25 a 34 años	Profesional	Comunicación social y periodismo
BOGOTA	25 a 34 años	Maestría	Otra
Bogotá	25 a 34 años	Maestría	Mercadeo

Bogota	35 a 44 años	Profesional	Publicidad
--------	--------------	-------------	------------

<p>11. ¿En qué rango de experiencia laboral se encuentra?, (Escoja una de las siguientes):</p>	<p>12. Dentro de su trayectoria profesional elija el campo o área en el cual se ha desempeñado mayormente a nivel laboral, (Escoja una de las siguientes):</p>
<p>5 a 9 años</p>	<p>Colaborador</p>
<p>10 a 14 años</p>	<p>Colaborador, empresario y docente</p>
<p>20 años en adelante</p>	<p>Colaborador</p>
<p>5 a 9 años</p>	<p>Colaborador</p>
<p>20 años en adelante</p>	<p>Empresario y docente</p>
<p>20 años en adelante</p>	<p>Empresario, colaborador y docente</p>

10 a 14 años	Empresario, colaborador y docente
10 a 14 años	Empresario, colaborador y docente
20 años en adelante	Empresario, colaborador y docente
15 a 19 años	Empresario
10 a 14 años	Empresario
20 años en adelante	Empresario y docente
5 a 9 años	Colaborador y docente
15 a 19 años	Colaborador

5 a 9 años	Colaborador
5 a 9 años	Colaborador
15 a 19 años	Colaborador
10 a 14 años	Colaborador
5 a 9 años	Empresario y docente
5 a 9 años	Colaborador
5 a 9 años	Empresario
10 a 14 años	Empresario y docente

10 a 14 años

Empresario