

Área: Mercadeo

Fecha: 29 de mayo del 2026

Fuentes de información: Merca2.0, Universidad y Empresa, Revista Empresarial y Laboral.

Formato: Digital

Cuando las marcas persiguen views y pierden relevancia.

(2025). Luna, D.

Merca2.0

Resumen:

Relevancia de marca

Alcance de marca

Publicidad

A veces siento que el marketing vive atrapado en un loop tipo película de culto donde todos repetimos la misma frase, aunque ya nadie cree en ella. Todavía voy a juntas donde los clientes me dicen "Necesitamos más alcance" y, mientras más lo repiten, más siento que estoy viendo el tráiler de algo que ya vi demasiadas veces. En una columna pasada hablé de cómo las plataformas nos han vendido la idea de que llegar a todos es sinónimo de éxito o de ego para algunas marcas, aunque apenas un porcentaje ridículo recuerde lo que vio tres segundos. Porque, así como vamos, el alcance se convirtió en una especie de souvenir digital bonito para presumir, pero completamente inútil para conectar.

[Ver artículo completo](#)



Por qué las marcas que mueven emociones dominan también a los algoritmos. (2025). Espinoza, M. T.

Merca2.0

Resumen:

En la era de los feeds infinitos, las marcas se enfrentan a una competencia brutal por un recurso escaso: atención humana. La paradoja es que, aunque los algoritmos parecen fríos y matemáticos, su lógica favorece exactamente lo contrario; contenidos que detonan emociones claras. Las marcas que logran mover al público no solo conquistan corazones, también escalan posiciones en los sistemas de recomendación que deciden qué se vuelve visible.

[Ver artículo completo](#)

**Marketing
emocional**

Emociones

**Visibilidad
digital**

Hacia un nuevo paradigma en el ecosistema del marketing digital empresarial: evolución, tendencias y tecnologías emergentes. (2026). Largo Avila, E., Suárez Rodríguez, C. H., Ospina Agudelo, J. C., & Castaño Morales, A. T.

Universidad y Empresa

Resumen:

**Marketing
digital**

**Transformación
digital**

**Inteligencia
artificial**

El marketing digital se ha consolidado como un pilar estratégico esencial para la competitividad empresarial contemporánea, transformando los procesos de creación de valor y las dinámicas de interacción con los consumidores. No obstante, su evolución y consolidación global aún presentan una comprensión fragmentada. El objetivo del artículo es reconceptualizar el ecosistema del marketing digital corporativo mediante el análisis de su evolución histórica, las tendencias dominantes y las tecnologías emergentes que configuran el nuevo paradigma competitivo.

[Ver artículo completo](#)

DSI | Diseminación Selectiva de Información



Evolución de la tecnología en la atención a público. (2025).

Pantoja, X.

Revista Empresarial y Laboral

Resumen:

La autoatención y la gestión digital de filas experimentarán un importante crecimiento en Chile, impulsada por la Inteligencia Artificial, la omnicanalidad y las crecientes expectativas de los consumidores por experiencias más eficientes y personalizadas. Desde ZeroQ – empresa especializada en gestión de filas y atención al cliente – esperan que, para el próximo año, las tendencias sean la personalización continua con la IA, la atención híbrida, la omnicanalidad total, gestión proactiva de filas y la autoatención como estándar.

[Ver artículo completo](#)

**Atención al
cliente**

**Experiencia del
cliente**

**Transformación
digital**

Si no desea recibir esta información, enviar un correo a biblioteca@colanta.com.co

Asunto: Eliminar de grupo DSI.