

## SEMLANZA



Juan Carlos Castro A. Posee doble titulación de Doctor: 1) Ciencias de la Empresa; 2) Organización de Empresas mención internacional y Máster en Organización de Empresas por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Máster en Neuromarketing por la Universidad Internacional de La Rioja. Máster (e) en Branding y Estrategia de Marca OBS Business School. Magister en Diseño Curricular y Evaluación Educativa por la Universidad Técnica de Ambato. Diplomado en Branding: Territorio de las marcas Universidad Jorge Tadeo Lozano. Diplomado (e) en Neurociencias en guibenX e Ingeniero Comercial por la UTA. Autor y Coautor libros, publicaciones y proyectos de investigación en Marketing, Neuromarketing, Marca Ciudad, Imagen Destino, Consumo de alimentos, Eficiencia Estratégica. Ex. Director del grupo de Investigación: Desarrollo Comercial del Mercado (2018-2020) e investigador en la actualidad. Miembro del Directorio de la Red Ecuatoriana de Marketing del Ecuador. Revisor asociado de Revistas Internacionales ESIC-Market (ISSN 0212-1867) Cuadernos de Administración (ISSN 0120-4645). Coordinador e investigador de proyectos en Marketing Turístico, Neuromarketing, Eficiencia Estratégica, Rutas Turísticas financiados por la Dirección de Investigación y Desarrollo-DIDE de la Universidad Técnica de Ambato-Ecuador. Implementación de un Sistema de Inteligencia de negocios financiado por Escuela Superior Politécnica De Chimborazo. Ejerce la Docencia del MK. Desde el 2008, compatibilizando con el ejercicio de la profesión en el área Comercial. En la actualidad, ejerce la Docencia en Posgrado y Grado en la UTA y es Profesor invitado de diversas Universidades en Posgrados del Ecuador.

