

LATINO.MKT

México 2016
Celaya, Guanajuato

70 Congreso de
Mercadotecnia
Latinoamericana

Te esperamos del
11 al 13 de Mayo



UNIVERSIDAD
DE GUANAJUATO



Universidad de Guanajuato Campus Celaya-Salvatierra y la Red de Mercadotecnia Latinoamericana

Convocan:

A Investigadores, Docentes y Alumnos Egresados, adscritos a Instituciones de Educación Superior Públicas y Privadas de los diferentes países que integran América Latina, a participar en el:

“Coloquio Multidisciplinario de Investigación” del
7º Congreso de Mercadotecnia Latinoamericana
11, 12 y 13 de Mayo de 2016
Celaya, Guanajuato

Comité Científico integrado por Investigadores y Cuerpos Académicos de:



Objetivo: Difundir y compartir investigaciones teóricas o prácticas en Mercadotecnia que coadyuve a la formación y competitividad de jóvenes investigadores de licenciatura, maestría o doctorado en áreas afines a la mercadotecnia (Administración, Comunicación, Contabilidad, Finanzas, Capital Humano, Relaciones Públicas, Modas, Diseño Gráfico, etc.).

I. Ejes Temáticos:

1. Administración y Negocios.
2. Emprendimiento y Sustentabilidad.
3. Contabilidad y Finanzas.
4. Competencias y Capital Humano.
5. Comportamiento Organizacional.
6. Pequeñas y Medianas Empresas.
7. Desarrollo Regional y Demografía.
8. Política y Gobierno.
9. Equidad de Género y Vulnerabilidad.
10. Relaciones Públicas, Publicidad, Diseño y Modas.
11. Comportamiento del Consumidor.
12. Comercialización y Redes Sociales.
13. Mercadotecnia.
14. Cultura y Patrimonio.
15. Territorio, Mercadotecnia e Identidad.
16. Procesos Biopsicosociales del Desarrollo.
17. Biotecnología y Sustentabilidad.
18. Ingeniería y Desarrollo Sustentable.
19. Consumo responsable.
20. Innovación y Competitividad.
21. Mercadotecnia Política y Estructuración de Campañas.
22. Gestión del Cuidado de Enfermería.

II. Bases:

- Los participantes podrán presentar avances y trabajos finales de tesis e investigaciones que realicen bajo la tutoría de un docente-investigador.
- Las investigaciones deberán enviarse a coloquio.latinomkt@gmail.com.
- Por lo menos uno de los autores deberá presentarse en el día y hora indicada para la entrega de la constancia.
- Se otorgará constancia para estudiantes y para el docente-investigador por separado.
- La presentación de las investigaciones sólo será por parte de los estudiantes o egresados (los tutores sólo acompañaran al estudiante en la presentación de la investigación).

Comité Científico integrado por Investigadores y Cuerpos Académicos de:



- Las investigaciones podrán presentarse en forma individual o en co-autoría (máximo tres integrantes) y el número máximo de investigaciones que puede presentar un autor-estudiante y los tutores docente-investigador son tres.
- Utilizar Word como procesador de palabras con extensión doc.

III. Fechas Importantes:

- Registro como participantes en la página web www.latinomkt.com, a partir del 22 de enero de 2016.
- Envío de resúmenes: del 15 de enero al 1 de marzo de 2016.
- Aceptación de resúmenes: del 20 de enero al 7 de marzo de 2016.
- Envío de trabajos en extenso: 11 de abril de 2016.
- Envío de presentaciones Power Point (plantilla disponible en la página web): hasta el 15 de abril de 2016.
- Pago de cuota de recuperación: del 15 de enero al 15 de abril de 2016. Enviar comprobante de pago a coloquio.latinomkt@gmail.com, con nombre del ponente principal y nombre de la (s) ponencia (s).
- Publicación del programa de ponencias: 20 de abril de 2016.

IV. Cuota de Recuperación:

- Cuota de Recuperación: México
Inscripción \$800.00 (estudiantes de Maestría y Doctorado).
Inscripción \$300.00 (estudiantes de Licenciatura).
- Cuota de Recuperación: Latinoamérica
Inscripción USD\$50.00 (estudiantes de Maestría y Doctorado).
Inscripción USD\$20.00 (estudiantes de Licenciatura).
- La cuota de recuperación incluye acceso a las Conferencias Magistrales del “7º Congreso de Mercadotecnia Latinoamericana 2016” y participación de las ponencias aceptadas al “Coloquio de Investigación de Mercadotecnia Latinoamericana”. Kit del evento, brindis de bienvenida y constancias.
- En la página web www.latinomkt.com se describen los datos de los hoteles sede y de los paquetes Todo Incluido. Para más información en coloquio.latinomkt@gmail.com.

V. Requisitos formales:

La investigación será revisada objetivamente a doble ciego por el Comité Científico Inter-Institucional Latinoamericano (integrado por miembros de la Red de Mercadotecnia Latinoamericana y especialistas de las Universidades mexicanas organizadoras). Únicamente se aceptarán las investigaciones que incluyan lo siguiente:

- **Resumen:** El Resumen deberá ser enviado a través de la página web www.latinomkt.com o del correo electrónico coloquio.latinomkt@gmail.com. Con

Comité Científico integrado por Investigadores y Cuerpos Académicos de:



un máximo de 500 palabras y tres palabras clave. El resumen deber cumplir: 1) Planteamiento del problema, 2) Metodología de investigación, 3) Marco Teórico, 4) Resultados, 5) Conclusiones. Y las 5 principales referencias bibliográficas.

Una vez aceptado el resumen, el trabajo en extenso deberá ser presentado de la siguiente forma:

- **Archivo 1:** Portada que incluya institución de adscripción, país, título del trabajo, nombre del autor y co-autores, nombre del tutor-investigador, correo electrónico y teléfono.
- **Archivo 2:** Contenido de la investigación:
 1. Hojas numeradas, centrado y en la parte baja.
 2. Encabezado centrado y en la parte superior, con el nombre de la investigación (sin ninguna referencia de la unidad de adscripción, nombre del autor o autores).
 3. Letra Arial de 12 puntos, 1.5 de interlineado y márgenes de 2.5 cm.
 4. El trabajo debe contener un mínimo de 10 cuartillas y un máximo de 15, considerando contenido de la investigación, gráficas, cuadros, referencias bibliográficas y anexos.
 5. Apegarse de manera estricta a la siguiente guía: Título del artículo, Introducción (antecedentes, planteamiento del problema y justificación), Metodología de investigación, Marco Teórico, Resultados, Conclusiones, Referencias Bibliográficas y Anexos.
 6. Utilizar Formato APA 6ª Ed. en citas y referencias bibliográficas.
 7. Los idiomas para las investigaciones serán español y portugués.

VI. Publicación de las Investigaciones:

Las investigaciones seleccionadas por el Comité Científico Inter-Institucional Latinoamericano que cumplan con los requisitos correspondientes, podrán ser publicadas en:

- 1) Memoria Electrónica (sólo resúmenes de todas las ponencias aceptadas).
- 2) Libro Especial con editorial de prestigio (sólo las que cumplan los estándares de calidad editorial).
- 3) Revistas Indexadas (en una de las revistas descritas, cumpliendo las normas de autor correspondientes):

Comité Científico integrado por Investigadores y Cuerpos Académicos de:



LIBRO:



**Estudios
Latinoamericanos
en Mercadotecnia**

Coloquio LA.MKT

REVISTAS:



ATENTAMENTE

COMITÉ CIENTÍFICO INTER-INSTIUCIONAL LATINOAMERICANO
Argentina, Brasil, Ecuador, Perú, Paraguay, Colombia y México

**Dr. Hugo Checo (UNA-Paraguay):
Planificación y Coordinación.**

**Dr. Emigdio Larios Gómez
Coordinador General.**

**Dr. Carlos Antonio Giuliani (UNIMEP-
Brasil): Reglamentación.**

**Dr. Mario Jesús Aguilar Camacho
Coordinador Ejecutivo.**

**Dr. José Antonio París (UNLP-
Argentina): Metodología.**

**Dr. José Enrique Luna Correa
Coordinador de Planeación.**

**RED DE MERCADOTECNIA
LATINOAMERICANA**

**7º CONGRESO LATINO.MKT
UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO
CAMPUS CELAYA – SALVATIERRA**

Celaya, Guanajuato. México. 15 de enero de 2016