



X SIMPOSIO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN ASPROMER

**Marketing sostenible: tecnología,
territorios y creación de valor en
mercados emergentes.**




MODALIDAD HÍBRIDA



01 y 02 de octubre 2026



Manizales



La Asociación de Programas de Mercadeo – Aspromer y la Universidad de Manizales tienen el gusto de invitarle al X Simposio Internacional de Investigación que se realizará el 01 y 02 de octubre del 2026, en modalidad híbrida, teniendo como sede la Universidad de Manizales. Siendo esta actividad un esfuerzo para promover, apoyar y potenciar un espacio académico nacional e internacional para la socialización, discusión y circulación de resultados de investigación formativa, aplicada y científica en mercadeo y áreas afines, con énfasis en sostenibilidad, transformación digital, innovación, comportamiento del consumidor y generación de valor en contextos territoriales y mercados emergentes.

En esta ocasión la temática “Marketing sostenible: tecnología, territorios y creación de valor en mercados emergentes” busca articular tres discusiones estratégicas en el mercadeo: la sostenibilidad como criterio de legitimidad y diferenciación; la tecnología y la inteligencia de mercados como capacidades para comprender y anticipar el comportamiento de consumidores y organizaciones; y el territorio como espacio de creación de valor económico, social y cultural.

1. TEMÁTICA CENTRAL

Marketing Sostenible: tecnología, territorios y creación de valor en mercados emergentes.

Track	Nombre	Alcance Temático
1	Marketing sostenible, economía circular y valor compartido.	Consumo responsable, sostenibilidad empresarial, economía circular, green marketing, marcas sostenibles, comunicación ambiental, responsabilidad social, marketing social, negocios inclusivos, agro, comercio justo, cadenas de valor sostenibles y estrategias de valor compartido.
2	Tecnología, inteligencia artificial e inteligencia de mercados.	Inteligencia artificial aplicada al mercadeo, analítica de datos, investigación de mercados, automatización, social listening, comercio electrónico, plataformas digitales, privacidad, ética de datos, personalización y transformación digital de las organizaciones.
3	Comportamiento del consumidor, experiencias y marcas con propósito.	Comportamiento del consumidor, segmentación generacional, marketing experiencial, confianza, lealtad, emociones, bienestar, cultura digital, consumo simbólico, comunidades de marca, marketing con propósito y estrategias basadas en valores.
4	Marketing territorial, innovación y competitividad en mercados emergentes.	Marca ciudad, marca región, turismo, emprendimiento, innovación empresarial, internacionalización, competitividad territorial, mercados locales, industrias creativas, productos de origen y articulación universidad-empresa - Estado.

2. CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN

Categoría	Descripción
Ponencias de estudiantes	Propuestas de investigación, proyectos en curso y proyectos terminados desarrollados por estudiantes de pregrado, posgrado o semilleros de investigación.
Ponencias de docentes e investigadores	Proyectos en curso, investigaciones terminadas, resultados de investigación aplicada, experiencias de innovación académica o estudios derivados de grupos de investigación.

Todos los resúmenes de ponencias postuladas tendrán revisión por pares ciegos para su aceptación / sugerencia de correcciones /negación.

3. REQUISITOS MÍNIMOS PARA PARTICIPACIÓN

COMPONENTE	REQUISITO
Resumen de ponencia	Título, autores, filiación institucional, país, correo electrónico, ORCID opcional, track seleccionado, categoría de participación, resumen en español e inglés o portugués, tres a cinco palabras clave, objetivo, metodología, resultados esperados o alcanzados y aporte al campo del mercadeo. Extensión: 150 250 palabras.
Ponencia completa para memorias	Documento en formato artículo corto, con normas APA 7, máximo cinco autores, declaración de originalidad, referencias actualizadas, tablas y figuras legibles. Indicar relación con ODS. Extensión sugerida: 12 a 15 páginas.
Control de similitud	Control de similitud y uso de IA.
Capítulo para libro resultado de investigación	Solo para trabajos seleccionados. Versión ampliada, con mayor desarrollo teórico, metodológico y analítico. Extensión de 15 a 20 páginas. Evaluación por pares académicos y ajustes obligatorios antes de publicación.
Presentación oral	Exposición de 15 minutos y 5 minutos para preguntas u observaciones. Presentación en PowerPoint.



4. PRODUCTOS ACADÉMICOS DERIVADOS

PRODUCTO

Memorias del evento
con ISBN

Libro resultado de investigación
con evaluación de pares e ISBN
(Requisitos)

Ruta complementaria hacia Revista
Lúmina

5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CRITERIO

PESO

Pertinencia frente al tema central y el track seleccionado	20 %
Claridad del problema, objetivo y justificación	15 %
Coherencia metodológica	20 %
Calidad de resultados, discusión o resultados esperados	20 %
Aporte al campo del mercadeo y áreas afines	15 %
Calidad de escritura, citación y cumplimiento formal	10 %

Todas las personas que deseen participar en el X Simposio Internacional de Investigación deben registrar sus datos y ponencias en los siguientes enlaces:

- **Estudiantes:** <https://forms.cloud.microsoft/r/fbTADck3Kf>
- **Profesores:** <https://forms.cloud.microsoft/r/rQtG8U8K5k>



6. CRONOGRAMA

Actividad	Fecha Propuesta
● Publicación y apertura de la convocatoria	● 22 de junio
● Recepción ordinaria de resúmenes de ponencias	● 1 de julio al 31 de julio
● Evaluación de resúmenes por parte del comité académico	● 8 al 21 de agosto
● Notificación de aceptación de resúmenes/ correcciones	● 24 de agosto
● Recepción de ponencias completas para memorias	● 14 de septiembre
● Verificación editorial, revisión de similitud y ajustes menores	● 15 al 22 de septiembre
● Confirmación de inscripción y envío de programación final	● 24 de septiembre
● Desarrollo del X Simposio Internacional de Investigación ASPROMER - Universidad de Manizales	● 1 y 2 de octubre
● Envío de evaluaciones y recomendaciones para publicación en memorias	● 20 de octubre
● Recepción de ponencias completas corregidas para memorias con ISBN	● Hasta el 6 de noviembre

7. RUTA DE SELECCIÓN DE PONENCIAS PARA PUBLICACIÓN

Puntaje Final	Ruta Sugerida	Condición Principal
85 a 100	Revista Lúmina o libro resultado de investigación	Trabajo sólido, ampliable a capítulo y con desarrollo metodológico y analítico suficiente
80 a 84	Posible capítulo de libro o memorias	Sujeto a cupos, ajustes y concepto del comité
70 a 79	Memorias del evento con ISBN	Trabajo aceptado para socialización, pero sin prioridad para productos editoriales principales
Menos de 70	No elegible para productos derivados	Puede presentarse solo si el comité lo considera viable con ajustes significativos

Para consultas, dudas y/o inquietudes, por favor escribir al correo:
simposioaspromer2026@umanizales.edu.co



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES