



**I FORO ONLINE SOBRE
ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN
1 y 2 de diciembre**

**ESTRATEGAR MARCAS ÉTICAS Y
SOSTENIBLES EN ESCENARIOS DE
COMPLEJIDAD
Desafíos y propuestas para
una Comunicación Sostenible**



Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación · Cátedra Itinerante de la Nueva Teoría Estratégica ·
y zeBRAND Experience.

ANTECEDENTES

Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, FISEC y el Web Meeting FISEC 2016

Desde 2002 y cada año en un país diferente, el Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación reúne a profesionales, académicos e investigadores de Iberoamérica, para que compartan sus conocimientos, experiencias y reflexionen sobre el desarrollo de la Nueva Teoría Estratégica (NTE), desde una mirada de complejidad de contextos y escenarios, donde la NTE participa, afecta y se ve afectada.

FISEC hoy cuenta con 11 capítulos locales; Portugal, España, México, República Dominicana, Costa Rica, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Argentina y Chile, y dos en conformación; Uruguay y Paraguay.

El Primer Foro Online sobre Estrategias de Comunicación, recoge el trabajo de 14 años de FISEC y lo proyecta globalmente aprovechando las herramientas que las TIC's ofrecen. Será organizado por el capítulo chileno de FISEC, la Cátedra Itinerante sobre la Nueva Teoría Estratégica y apoyados por la empresa zeBRAND Experience.

La organización central tendrá como nodo a Santiago de Chile y utilizará una plataforma web para conectar a expositores, panelistas y asistentes. Dado que el Foro será Online, nos reuniremos en la red mediante el desarrollo y habilitación de espacios de intercambio e interacción virtual. Justamente, será la plataforma online el lugar de encuentro dónde se reúnen expositores, panelistas y asistentes, desde cualquier parte del mundo. Tienen acceso vía PC, Tablet o mobile, solo contando con conexión a internet. Cada expositor y/o panelista dicta su ponencia desde el lugar de origen, cualquiera éste sea.

El evento tendrá una duración de dos días, dejando el primero para experiencias internacionales y locales en Estrategar marcas éticas y sostenibles en escenarios de complejidad, y el segundo, para las propuestas que hace la Nueva Teoría Estratégica (NTE) desde diferentes visiones, las que estarán a cargo de Investigadores, Docentes y Profesionales de diferentes partes del mundo, quienes propondrán un conjunto de soluciones multi e interdisciplinarias al servicio de Estrategar marcas éticas y sostenibles.

Mantendríamos los tres ejes de trabajo que hemos desarrollado desde el 2014:

- Eje 1: Métodos para Estrategar marcas éticas y sostenibles en escenarios de complejidad.
- Eje 2: Metodologías y modelos para Estrategar marcas éticas y sostenibles en escenarios de complejidad.
- Eje 3: Buenas prácticas y/o experiencias para Estrategar marcas éticas y sostenibles en escenarios de complejidad

Grupos de trabajo:

1. Grupo 1: Diseño Estratégico Sostenible
2. Grupo 2: Ethical Co-Brand
3. Grupo 3: E-branding
4. Grupo 4: Marcas Corporativas
5. Grupo 5: Experiencias de Marca desde la sostenibilidad

Es importante destacar que los anteriores Encuentros presenciales de FISEC, celebrados en diferentes sedes Universitarias y Estatales de España, Portugal, México, Colombia y República Dominicana, se dedicaron a debatir y configurar aspectos teóricos de la NTE y que desde el XI Encuentro en el 2014, se asumió el reto de presentar propuestas a problemas sociales y organizacionales concretos desde este nuevo paradigma.

La nueva visión de la estrategia de la NTE (inaugurada por Rafael Alberto Pérez en el 2001) propone una metodología donde el centro del Estrategar es el Hombre, ello presupone un cambio en la forma de pensar y actuar en la realidad tanto en los ámbitos individual, organizacional y social; cuando lo que se observa es que los modelos que hoy imperan en este mundo global han dado claros indicios de que no son capaces de leer y articular la nueva realidad. Así, este Primer Foro online sobre Estrategias de Comunicación 2016, será un aporte con ideas, prácticas y experiencias para Estrategar Marcas Éticas y Sostenibles en Escenarios de Complejidad, con propuestas de diferentes países, pero siempre desde el nuevo humanismo y el pensamiento complejo que anima a la NTE, lo que de seguro enriquecerá aún más el diálogo y por supuesto, las propuestas.

En este marco de ideas, hacer y pensar comunicación es un desafío en torno a las prácticas de la comunicación en la sociedad actual. Convencer, persuadir ha trascendido hacia el compartir, colaborar y cooperar en la construcción del sentido que la comunicación ofrece hacia la acción. El Estrategar es un concepto que va a desplazar al de la Gestión, pues hoy la construcción del sentido colaborativo es el norte de la comunicación. Pensar estratégicamente es actuar, en una complejidad de persuasión e influencia, hacia una complejidad de cooperación del sentido sobre el hacer, ser y pensar la comunicación.

CONVOCATORIA DE ABSTRACTS/PONENCIAS

El Web Meeting FISEC 2016, reunirá a investigadores, profesores, académicos, profesionales, estudiantes y líderes de opinión, a quienes invitamos a enviar abstracts con propuestas de no más de mil quinientas palabras (nueve mil caracteres), en español, relacionados con el tema principal “Estrategar Marcas Éticas y Sostenibles en Escenarios de Complejidad. Desafíos y Propuestas para una Comunicación Sostenible”.

ENVÍOS DE ABSTRACTS Y SU REVISIÓN.

Un panel internacional de académicos (El Comité Académico), que será presidido por el Dr. Rafael Alberto Pérez, revisará siguiendo los protocolos habituales los documentos enviados y escogerá a los autores de los abstracts de mayor calidad a quienes se invitará a enviar sus ponencias completas para su presentación en la Web Meeting FISEC 2016. En esa revisión, se tendrá muy en cuenta, que la propuesta se plantee desde la perspectiva humanista y compleja que anima a la NTE, y que se concrete en soluciones aplicables al menos a uno de los 5 ámbitos de los grupos de trabajo.

La organización trabajará con los autores para la generación de un Libro Digital Compilatorio del Foro y además los abstracts seleccionados, serán publicados en la Revista Académica de FISEC, la que se encuentra indexada en Latindex.

Para enviar los abstracts hacerlo a raul.bendezu.u@gmail.com
Vicepresidente del Comité Académico del Web Meeting FISEC 2016.

PRESENTACIONES ANTE EL FORO EN EL WEB MEETING

Cada ponente dispondrá de veinte minutos para presentar su ponencia, y de cinco minutos adicionales para responder las preguntas que se generen por medio de la plataforma. El Comité Académico decidirá el orden de presentación de los abstracts seleccionados.

Para poder participar como ponente solo requiere de conexión a internet y un dispositivo que se conecte a la plataforma (Computador, Notebook, tablet o móvil), pudiendo estar en cualquier parte del mundo.

FECHA IMPORTANTES

Plazo recepción abstracts	: 23 de septiembre
Plazo información abstracts aceptados	: 07 de octubre
Plazo recepción ponencias / papers	: 11 de noviembre.
Realización de la Web Meeting	: 1 y 2 de diciembre

NORMAS DE ENVÍO DE LOS ABSTRACTS

Por favor asegúrese de haber leído estas normas antes de enviar su abstract. Se descartarán todos aquellos abstracts que no cumplan con este formato.

Para obtener información adicional, puede contactar con estrategia@rafaelalbertoperez.com (Presidente del Comité Académico), [rherrera@fisecinternacional.com](mailto:r Herrera@fisecinternacional.com) (Presidente FISEC) o raul.bendezu.u@gmail.com (Vicepresidente Comité Académico)

Texto de abstract

- El abstract tendrá una extensión aproximada de nueve mil caracteres (9.000), con espaciado sencillo entre líneas y sin espacios en blanco entre párrafos.
- Los abstracts deben enviarse en español.
- Los autores deben verificar plenamente la ortografía y sintaxis de su texto antes de enviarlo.
- No podrán incluirse imágenes como parte del abstract.
- El nombre de los autores y sus afiliaciones deberán introducirse en el siguiente formato sin utilizar títulos tales como “Doctor” o “Profesor”:

Smith, A.N., Doe, J. & Jones, W.
University of GoodHope

- Deberá identificarse en el envío al **autor presentador**, quien en caso de ser seleccionado el abstract se compromete a exponer vía web en el Foro.

Palabras clave

Los autores deben proporcionar cinco palabras clave para su abstract con el objeto de facilitar su búsqueda online.

Referencias

Las referencias deben cumplir el formato de la *American Psychological Association* (APA), sexta edición 2016.

Condiciones del envío de abstracts y ponencias

- Una vez que haya enviado usted su abstract, recibirá un e-mail de confirmación. Si no lo recibe busque en su buzón de spam por si acaso ese mensaje hubiera terminado ahí.
- Si se le invita a enviar su ponencia deberá:
 - Confirmar su asistencia al Web Meeting FISEC 2016.
 - Inscribirse y estará exceptuado de pagar la cuota de participación.
 - Declarar que su ponencia no vulnera la legislación sobre propiedad intelectual.
- El envío de un abstract constituye un compromiso formal por parte del **autor presentador** de exponer su presentación vía Web en el día y horario asignado por el Comité Académico.

