



Convocatoria

XXII Convención Anual de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud

CONVOCATORIA

3 y 4 de octubre 2024
Monterrey, México.

La Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, México, convocan a la XXII Convención Anual de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud, que con el lema "Mercadotecnia: Ciencia e innovación en función de la salud" se erige como un espacio fundamental para el intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas, que contribuyan al fortalecimiento de las políticas, programas y estrategias en el sector de la salud.

La mercadotecnia en salud es una herramienta en función de la gestión sanitaria, en tanto posibilita detectar y dar respuesta a las necesidades de salud a partir de la relación de intercambio entre clientes y proveedores y su orientación a la satisfacción de las necesidades y deseos. La aplicación estratégica de la mercadotecnia social en salud, posee un gran potencial para promover y reforzar hábitos y estilos de vida saludables, así como para generar información motivadora y atractiva orientada a la modificación de comportamientos en pro de la salud individual y colectiva.

Por tanto, este congreso se presenta como una oportunidad única para explorar el potencial de la mercadotecnia en salud y su impacto en la transformación de los sistemas de salud, así como para identificar estrategias innovadoras que impulsen el bienestar y la equidad en salud.

En resumen, el Congreso de "Mercadotecnia: Ciencia e Innovación en función de la Salud" se fundamenta en la necesidad de promover la aplicación estratégica de la mercadotecnia en salud, con enfoque científico, innovación y nuevas tecnologías, como herramientas clave para el fortalecimiento de los sistemas de salud y la promoción del bienestar.

La innovación social en salud es un campo en constante evolución que busca aplicar enfoques científicos, novedosos y estratégicos, para abordar los desafíos y oportunidades en el ámbito de la salud pública.

Además, la incorporación de enfoques de mercadotecnia en salud puede contribuir significativamente a la mejora de la calidad de los servicios de salud, el uso racional de medicamentos, la promoción de la salud y la innovación en la práctica clínica.

Este evento permitirá impulsar el cambio, la colaboración y la excelencia en el ámbito de la salud, a través del intercambio de conocimientos, la identificación de buenas prácticas y la construcción de redes de trabajo que contribuyan a la construcción de sistemas de salud más equitativos, eficientes y centrados en las personas.

Convocatoria para presentaciones

Se convoca a proponer las diferentes modalidades en que se desarrollará la XXII Convención Anual de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud (RIMS) "Mercadotecnia: Ciencia e Innovación en Función de la Salud"

La participación podrá ser en las siguientes modalidades:

- Ponencia
- Cartel científico
- Conferencias magistrales, paneles y talleres

Cada una de las modalidades que se propongan podrán ubicarse en torno al tema central y a las siguientes temáticas:

- Mercadotecnia en Turismo de Salud
- "e Salud". Mercadotecnia, innovación y nuevas tecnologías

- Mercadotecnia, políticas pública y promoción de la salud
- Servicios de salud, innovación y enfoque de mercadotecnia
- Publicidad Social en Salud
- Gestión, recursos humanos, e branding y mercadotecnia en salud
- Mercadotecnia socioambiental
- Investigación de los usuarios, compra pública e innovación

Se podrá participar en las siguientes modalidades:

Ponencia: para presentar avances de resultados de investigaciones de las temáticas centrales del evento.

- La ponencia deberá ser inédita.
- Para ser consideradas, las propuestas de ponencias consistirán en un texto de 600 a 800 palabras. La estructura deberá incluir: título en español e inglés, palabras clave/key words; introducción, marco teórico, metodología, resultados y conclusiones, así como referencias. En los metadatos se deberá ubicar nombre de las autoras y/o los autores, institución de adscripción y correo electrónico de contacto (máximo cinco autores), se aplicará el formato de resumen. Anexo 1 basado en el estilo APA 7.
- Se aceptarán propuestas por parte de investigadores y estudiantes de posgrado.
- La fecha límite para proponer ponencias será el **31 de agosto** del año 2024.
- La recepción de las propuestas no implica su aceptación. Todas las propuestas serán valoradas a través de una evaluación rigurosa
- El contenido no deberá haberse presentado en otro congreso/encuentro o haberse hecho público, parcial o totalmente, a través de un artículo, capítulo o libro.

Cartel Científico: para presentar avances de resultados de investigaciones de las temáticas centrales del evento. Deben ser inéditos y contar con las siguientes características:

- a) Las medidas del cartel son de 90 cm. de ancho por 1.20 de alto.
- b) El título será escrito en mayúsculas, con negritas y que puedan leerse a una distancia mínima de un metro, debajo del mismo, los nombres de los autores con sus correos electrónicos en letras pequeñas.
- c) La información será expresada fundamentalmente a través de dibujos, cuadros, gráficas e imágenes que proyecten concreta y claramente el contenido del trabajo de investigación.
- d) El contenido del cartel debe incluir: autor(es) y adscripción, introducción, objetivo, problema de investigación, hipótesis, método, resultados, discusión, conclusiones y referencias bibliográficas.
- e) Todos los trabajos aceptados en cartel se presentarán en los espacios previamente asignados y serán colocados como mínimo dos horas antes de la exposición y deberán ser retirados al terminar la evaluación.
- f) Se contará con diez minutos durante el cual el autor expondrá el trabajo y el jurado calificador lo evaluará.
- g) La fecha límite para proponer cartel científico será el 31 Agosto del año 2024.

La fecha límite para proponer estas modalidades será el 31 de agosto del año 2024.

Importante:

Las ponencias participantes podrán ser publicadas como capítulos del libro digital del evento.

Además de cumplir con los lineamientos de la ponencia, se debe presentar para el Capítulo de Libro lo siguiente:

- Este deberá caracterizarse por una extensión entre cinco mil y ocho mil palabras, incluyendo referencias (Times New Roman, tamaño 12, párrafo de 1.5 interlineado) basado en el estilo APA 7.
- El desarrollo del capítulo será en torno al contenido de la ponencia, seguirán el formato de capítulo de libro: título en español e inglés, palabras clave/key words; introducción, marco conceptual / teórico, metodología, resultados y conclusiones, así como referencias.

- Escribir en la primera página el nombre de las autoras y/o los autores, institución de adscripción y correo electrónico de contacto (máximo tres autores) y número del ORCID.
- Deberá dirigirse al mismo Grupo de Trabajo/investigación solicitada.
- El capítulo de libro será arbitrado y la asignación de las/los evaluadores será determinada el comité de científico. Se publicará con respaldo editorial válido en los procesos de evaluación.
- Lo anterior garantizará la validez académica para todo proceso de evaluación.
- El autor/los autores, deberán de completar el formulario en el cual declaran la autoría del capítulo y la autorización de publicación.

Fechas importantes para la publicación del libro digital:

- La fecha para el envío del capítulo será entre el 15 de septiembre al 11 de noviembre de 2024, una vez que se reciba el dictamen de la ponencia.
- Resultados de evaluación del capítulo de libro: 15 de noviembre del 2024.
- Envío de correcciones de capítulo de libro: 25 de noviembre del 2024.
- Confirmación final de aceptación del capítulo de libro: 2 de diciembre del 2024.