

CONGRESO

SOSTENIBILIDAD, IMAGEN CORPORATIVA Y GESTIÓN DE MARCA: Perspectivas éticas y tecnológicas en la era de la IA

22, 23 y 24 de octubre de 2026

Ciudad de Guatemala

Organizan:

Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)

Universidad de Costa Rica (UCR)

Fundación Universitaria Andina (Colombia)

DOCUMENTO DESCRIPTIVO

Presentación

El entorno organizacional se ha visto impactado por múltiples factores sociales, económicos, políticos y culturales. En este contexto dinámico y complejo, las capacidades de adaptación y respuesta frente a nuevas demandas y estándares han implicado un redimensionamiento de los diversos ámbitos de gestión.

Desde esta perspectiva, los enfoques vinculados a la reputación corporativa han adquirido un valor estratégico esencial, no solo para efectos de posicionamiento y proyección institucional, sino también para la construcción de vínculos más sólidos, transparentes y significativos con los distintos *stakeholders*.

En este sentido, la gestión de la responsabilidad social —tanto a nivel interno como externo—, el *employer branding*, las estrategias de construcción y gestión de marca, la comunicación organizacional bajo una perspectiva integral y la proyección en términos de sostenibilidad, conforman un sistema de acciones interconectadas que inciden directamente en la generación de valor y en la consolidación de la legitimidad social.

Asimismo, el acelerado crecimiento de la comunicación digital, junto con el desarrollo y la adopción de la inteligencia artificial y la automatización de procesos, han transformado profundamente las dinámicas de interacción con el entorno, incidiendo de manera directa en la construcción de nuevas narrativas organizacionales y en las expectativas de transparencia, coherencia y responsabilidad.

En atención a estos desafíos, el presente evento académico se concibe como un espacio de intercambio y actualización profesional de alcance internacional, orientado a promover la reflexión crítica y el análisis interdisciplinario sobre la manera en que las organizaciones interactúan con su públicos, abordan sus responsabilidades éticas y construyen reputación y legitimidad en un entorno caracterizado por la transformación tecnológica y la creciente exigencia social.

Objetivo general

Analizar y reflexionar de manera crítica e interdisciplinaria sobre los desafíos y oportunidades que plantean las tecnologías transformadoras en la sostenibilidad, la imagen corporativa y la gestión de marca, desde perspectivas éticas, tecnológicas y organizacionales.

Objetivos específicos

1. **Analizar críticamente** los fundamentos éticos y estratégicos que sustentan la gestión de la sostenibilidad, la reputación corporativa y la gestión de marca, identificando su impacto en la construcción de legitimidad y confianza en los *stakeholders*.
2. **Examinar el papel de las tecnologías emergentes** —especialmente la inteligencia artificial, la automatización y la comunicación digital— en la transformación de las dinámicas de interacción organizacional, las narrativas de marca y los procesos de generación de valor reputacional.
3. **Promover el intercambio académico y profesional** orientado a la identificación de buenas prácticas, modelos de gestión y experiencias innovadoras que integren sostenibilidad, responsabilidad social y branding como ejes articuladores de la estrategia organizacional.

Ejes temáticos

Las ponencias deberán inscribirse en al menos uno de los siguientes ejes:

1. **Sostenibilidad y responsabilidad social organizacional**
2. **Imagen corporativa y legitimidad social**
3. **Gestión estratégica de marca y comunicación organizacional**
4. **Ética, gobernanza y transparencia**
5. **Transformación digital, inteligencia artificial y nuevas narrativas organizacionales**

Modalidad de participación

- Ponencias individuales o colectivas (máximo 3 autores).
- Paneles académicos

Lineamientos para el envío de ponencias

Se convoca a docentes, investigadores y profesionales a postular documentos cortos para su evaluación y aprobación preliminar, siguiendo los lineamientos que se detallan de seguido.

Las propuestas recibidas serán evaluadas por el Comité Académico del Congreso mediante un proceso de revisión académica, considerando los siguientes criterios:

1. Pertinencia temática

2. Claridad y coherencia conceptual
3. Rigor académico
4. Aporte al debate académico y organizacional
5. Originalidad y relevancia

La aprobación preliminar habilitará a las personas autoras a presentar el documento completo para su evaluación final y eventual inclusión en las memorias del congreso.

Lineamientos para el envío de los manuscritos

Versión corta (entrega preliminar)	Versión extendida (manuscrito completo), una vez recibido el aval del Consejo Editorial
Fecha límite de entrega: 15 de junio	Fecha límite de entrega: 3 de Agosto
Extensión máxima: 700 palabras	Extensión máxima: 9000 palabras
<p>Estructura del resumen</p> <p>El documento deberá incluir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Título de la ponencia 2. Eje temático seleccionado 3. Modalidad de participación de interés (panel o ponencia) 4. Nombre completo del/los autor(es) 5. Filiación institucional 6. Correo electrónico de contacto 7. Resumen estructurado que incluya: <ul style="list-style-type: none"> o Resumen del propósito de la investigación o Metodología (si aplica) o Principales hallazgos o Aporte al campo de estudio 	<p>Estructura sugerida del documento</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Título 2. Resumen y palabras clave 3. Introducción 4. Marco teórico 5. Metodología (si aplica) 6. Resultados 7. Discusión 8. Conclusiones 9. Referencias
<p>Formato:</p> <p>Documento en Word (.doc o .docx)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fuente Times New Roman, 12 pts ● Interlineado 1,5 ● Márgenes de 2,5 cm 	<p>Presentación oral</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Duración de exposición: 15–20 minutos. ● Espacio adicional para preguntas: 10 minutos.

- Normas de citación: APA 7

- Se recomienda apoyo audiovisual (formato PowerPoint o equivalente).

Evaluación de los manuscritos:

Los resúmenes serán evaluados bajo la modalidad de **doble par académico**.

Criterios de evaluación:

- o Pertinencia temática
- o Rigor conceptual y metodológico
- o Originalidad y aporte al campo
- o Claridad argumentativa
- o Coherencia interna

Los autores recibirán notificación de aceptación, aceptación con modificaciones o rechazo en las fechas establecidas por el comité científico.

Nota final para las personas autoras

El congreso promueve un enfoque académico plural, ético e interdisciplinario. Se alienta especialmente la presentación de trabajos que dialoguen con realidades organizacionales diversas y que aporten a la construcción de prácticas más responsables, sostenibles y humanas frente a los desafíos tecnológicos contemporáneos.

CRONOGRAMA GENERAL

Congreso: Sostenibilidad, Reputación Corporativa y Gestión de Marca

Fase	Fecha	Descripción
Lanzamiento de la convocatoria	15 de abril	Publicación oficial del Call for Papers y difusión nacional e internacional.
Recepción de documentos cortos	1 de junio – 15 de junio	Envío de resúmenes o propuestas de ponencia (700 palabras como máximo).
Evaluación de propuestas preliminares	30 de julio – 20 agosto	Revisión por parte del Comité Académico.
Comunicación de resultados preliminares	21 de agosto	Notificación de propuestas aprobadas, aprobadas con observaciones o no aprobadas.

Envío de documentos completos	25 de agosto – 10 de septiembre	Recepción de trabajos completos (4.000–6.000 palabras).
Evaluación final de ponencias	11 de septiembre – 25 de septiembre	Proceso de evaluación académica y dictamen final.
Comunicación de aceptación definitiva	30 de septiembre	Notificación oficial de trabajos aceptados para presentación en el congreso.
Ajustes finales y envío de versiones corregidas	1 de octubre – 10 de octubre	Entrega de versiones finales ajustadas según observaciones del Comité.
Publicación del programa del congreso	15 de octubre	Difusión del programa académico, horarios y mesas de trabajo.
Realización del Congreso	22, 23 y 24 de octubre	Desarrollo de actividades académicas, ponencias y mesas de discusión.

Costo de inscripción

- Estudiantes: \$15
- Docentes y profesionales: \$30

Este monto se aporta en presencial el primer día del evento.

Lista de contactos:

Dr. Otto Yela

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura
Universidad San Carlos de Guatemala
Correo-e: ottoyela@ecplataforma.usac.edu.gt

Dr. Harold Hütt Herrera

Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
Coordinador del Área de Relaciones Públicas
Universidad de Costa Rica
Corre-e: Harold.hutt@ucr.ac.cr

Dra. María Carolina Moreno Salamanca

Directora de Maestrías

Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras
Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia
Correo-e: mmoreno225@areandina.edu.co

Programa de la actividad:

Actividades turísticas previstas

Visita a la ciudad de Antigua Guatemala el domingo 25 de octubre (optativo)

Hoteles recomendados:

Hotel Caprizzo, a 2 Km de la USAC, hay transporte público (Transmetro estación Granai)
costo: 1 Quetzal, posible pago con tarjeta crédito internacional (hotel pequeño, hay que reservar con suficiente tiempo, en hora pico reservar con tiempo el taxi por tránsito lento)
costo habitación en USD \$:

- \$ 60 sencilla 1 persona
- \$ 70 doble 2 personas
- \$ 85 triple 3 personas
- \$ 90 suite 2 personas

Ubicación en Waze:

<https://www.waze.com/es-419/live-map/directions/gt/guatemala/guate/hotel-caprizzo?to=place.ChIjk-3gBQOhiYURS9FAMTfhhJg>

Redes del hotel:

https://www.facebook.com/hotelcaprizzo/?locale=es_LA

Reseña Hotel Caprizzo en Tripadvisor:

https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g292006-d8804205-Reviews-Hotel_Caprizzo-Guatemala_City_Guatemala_Department.html