



ASCOLFA

Asociación Colombiana de
Facultades de Administración

COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL: **UNA VISIÓN DE LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS**

Memorias Conferencia Internacional
ASCOLFA 2022



CONFERENCIA INTERNACIONAL
ASCOLFA 2022



COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL: UNA VISIÓN DE LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS

**Memorias Conferencia Internacional
ASCOLFA 2022**



CONFERENCIA INTERNACIONAL
ASCOLFA 2022



ASCOLFA
Asociación Colombiana de
Facultades de Administración

COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL: UNA VISIÓN DE LAS ESCUELAS DE NEGOCIOS

Gisele Eugenia Becerra Plaza
William Umar Rincón-Báez
Compiladores y editores

**Asociación Colombiana de Facultades
de Administración - ASCOLFA**

2022



ASCOLFA

Asociación Colombiana de
Facultades de Administración

© Asociación Colombiana de Facultad de Administración – ASCOLFA

Cooperación e integración
Internacional: Una visión de las
Escuelas de Negocios

CORRECCIÓN DE ESTILO

Diciembre de 2022

ISBN

Creado en Colombia

Editorial ASCOLFA

Cra 11 No. 97 – 23 Of. 402

Celular: (57) 3107802514

Direccion.ejecutiva@ascolfa.org.co Todos los derechos reservados

Bogotá D.C., Colombia

Autores: Jefferson Santamaría Ayala; Yeime Leandro Muñoz Serna; Viviana Beltrán Zorrilla; Lady Marian Ocampo Cabezas; José Manuel Puches Montes; Bladimir Coronado; Miguel Barajas; María Fernanda Semanate Solis; Valentina Arcon Menco, Shelsy Sofia Rodriguez Herrera , Odette Chams-Anturi; Ramiro Parra Hernandez; Beatriz Elena Guzmán Diaz; Edwin Tarapuez Chamorro; Rafael Alexander Jaramillo Lotero; Jorge Iván Chica Rincón; Laura Melissa Ceballos; Juan Velandia; Martha Inés Moreno Medel; Lasso Silva Edel Rocio; Lenyd Angélica Riaño Martínez; Andrea Mosquera Guerrero; Efren Romero-Riaño; Elena Meliá Martí; Vanessa Soles Villarreal; María Emma Rada Cantillo; Danielle Nunes Pozzo; Aland Becerra Rodríguez; Francisco Antonio Bárcenas Merlano; Manuel Antonio Perez Vásquez; Carlos Ardila Mercado; Carlos Darío Restrepo; Oscar Andrés Galindo Rodriguez; Jorge Isaac Lechuga Cardozo; Melissa Lis-Gutiérrez; Jonathan Jiménez-Parra; Jenny Paola Lis-Gutiérrez; Gerso Vera; Jersons Borrero; Isabella Cuellar; Vivian Paola Picalúa Parra; Diego Baez Palencia; Steffanya Carracedo Romero; Esthefany Mantilla Rico; Nicol Julieth Rivera; Jair Alejandro Rozo Becerra; Seydyss Garay Rodríguez; Alina Gómez Mejía; Generis Soto Polo; Danielle Pozzo; Maritza Arias Hernandez; Jesús Enrique Beltrán Virgüez; Maritza Arias Hernandez; Jesús Enrique Beltrán Virgüez; Jenny Rocio Garcia-Rojas Juan Felipe Reyes-Rodríguez; Camilo Andrés Martínez Delgado; María Nuvia Pardo Ortiz; Jhon González Cuervo; Lina Sofía Valenzuela Dow; Henry Arley Taquez Quenguan; Laura Romero Garcia; Haiber Gustavo Agudelo Casanova; Andre Scott Ferrerira Escobar; Jorge Emilio Miranda Pinedo; Helga Ofelia Dworaczek Conde; Mauricio Novoa Campos; Ivonne Caicedo Gonzalez; Lorena Ruiz Grisales; Nelly Carvajal Orozco; Deison Palacios Palacios; Janny Edinson Cordoba Rodriguez; Harlen Sirlein Beltran Moreno; Julián Ricardo López Hernández; Jesús Molina-Muñoz; Isabella Velásquez; Sofía Sepúlveda; Eduart Villanueva; Nadia Angelica Gisela León Castro; Claudia Gavilán; Katty Barbosa Lugo; Jenny Paola Lis-Gutiérrez; Martha García Samper; Cristian Camilo Murcia Olarte; Miguel Angel Aguilar Luna; Junior Baiano De Alba Castro; Sandra Milena Ravelo Rojas; Mauricio Junior Santamaria

Ruiz; Reynier Israel Ramírez Molina; Pedro Funez; Rafael Ugarriza; Alexander Gary Gary; Wilfred Fabian Rivera Martinez; Laura Isabella Acevedo Quintero; Didier Ruben Cordoba Lozada; Adriana Diago; Maria Escobar; Danielle Pozzo; Nathan Polo; Herliz Juliana Romo Londoño; Telló Castrillon Carlos; Luis Alberto Orobio Andrade; Natalia Girón; Laura Rosero; Manuel Pérez Vásquez; Luis Enrique Schneider Palomino; Alex Abrahan Barrios Romero; Piedad Fernanda Machado Santacruz; Julian Cocuy Espinosa; María Catalina Gonzalez; Marcos Ferreira; Yonni Angel Cuero Acosta; Ana María Aldana Serrano; Merlín Patricia Grueso Hinestroza; Diego Fernando Chavez Narvaez; Isaurys Salas Hernandez; Eduardo Salazar Araujo; Nadia Leon; Elianis Bolivar; Mario Guzman; Juan David Reyes-Gómez ;Claudia Jazmin Galeano Barrera; Efrén Romero Riaño; Tatiana Margarita Mercado Covo; Ledy Gomez Bayona; Janeth Restrepo; Ernesto Suarez; Jairo Alberto Cardenas;; Martha Rocio Florez Leal; José Albeiro Tamara Uribe; Juan Garcia; Miguel Angel Gómez Chaves; Victor Hugo López Díaz; Verónica Padilla Ortíz; María Camila Patiño Folleco; Jesús Molina-Muñoz; Mauricio Junior Santamaria Ruiz; Ricardo Romario Antequera Amaris; Reynier Israel Ramirez Molina; María Patricia Giraldo; Adriana Florez; Olga Liliana Chavarro; Luis Carlos Mingan-Rojas; Maribeth Arrubla Franco; Maria Alejandra Fernández Arrubla; Maria Julieta Sánchez Mora; Cicelys del Rosario Sanchez Thomas; Eduardo José Salazar Araujo; Juan Manuel Valencia Velosa;Diego Edisson Velasco Hurtado; Kerly Johana Jorge Petevi; Victoria Eugenia Pino; Diego Camilo Cortes Valdez; María Alejandra Morales Ibarra; Lauren Sofia Velasquez Castañeda; Raúl David Ruiz Escobar; William Umar Rincón Báez, Gisele Eugenia Becerra Plaza.

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su tratamiento en cualquier forma o medio existentes o por existir, sin el permiso previo y por escrito de la Editorial de ASCOLFA. Para usos académicos y científicos, la Asociación Colombiana de Facultades de Administración, accede al licenciamiento Creative Commons del contenido de la obra con: Atribución – No comercial – Sin derivar – Compartir igual. Este libro es resultado de un proceso académico investigativo, de la comunidad ASCOLFA y resultado de las ponencias de la Conferencia Internacional ASCOLFA 2022.

Compiladores y editores:
Gisèle Eugenia Becerra Plaza.
William Umar Rincón-Báez

Las opiniones expresadas son
responsabilidad exclusiva del autor(es) y
no constituye una postura institucional al
respecto.

Presidente	Javier de Jesús Moreno Juvinao Universidad de la Costa CUC
Vicepresidente	Janitza Ariza Salazar Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Secretario	Cristina Vélez Valencia Universidad EAFIT
Presidente y Representante Capítulo Antioquia	Mario Leon Restrepo Munera Universidad Católica Luis Amigó
Presidente y Representante Capítulo Bogotá	Sandra Rocio Mondragón Arévalo Universidad Nacional Abierta y a Distancias "UNAD"
Presidente y Representante Capítulo Centro	Paola Henoe Mejia Rincon Universidad de Ibagué CORUNIVERSITARIA
Presidente y Representante Capítulo Caribe	Ronald Antonio Prieto Pulido Universidad Simón Bolívar
Presidente y Representante Capítulo Oriente	Isabel Cristina Rincón Universidad de Santander "UDES"
Presidente y Representante Capítulo Suroccidente	Francia Elena Amelines Chamorro Institución Universitaria "Antonio José Camacho"
Directora Ejecutiva	Gisele Eugenia Becerra Plaza ASCOLFA

MEMORIAS CONFERENCIA INTERNACIONAL ASCOLFA 2022

Cúcuta, Norte de Santander, Colombia
1 al 3 de noviembre de 2022



CONTENIDO

Introducción	1
Estrategia para el desarrollo y fortalecimiento del capital humano de la organización: Caso de estudio en una clínica del Valle del Cauca.	5
El intraemprendimiento como promotor para el desarrollo de emprendimientos sociales.	7
El endomarketing frente al desarrollo de las dinámicas del sector salud	9
Análisis de la gestión de la experiencia del cliente en la empresa artesanías toro miura del municipio de Galapa.....	10
Atractivos turísticos del departamento del Quindío y el valor agregado a los grupos de interés	12
Análisis de los impactos socioeconómicos que ha tenido la COVID 19 en los prestadores de servicios turísticos (PST) del departamento del Quindío durante el periodo 2020 -2021.....	13
Factores de innovación para fortalecer la competitividad de Pymes agroindustriales del municipio de Dosquebradas Risaralda.....	15

Caracterización de la mujer emprendedora para disminuir las brechas de género en América Latin	18
Gobernanza y gestión universitaria: una revisión sistemática de literatura	21
La influencia del estilo de vida saludable en el comportamiento de consumo de marcas internacionales de textiles deportivos en Barranquilla.	23
Impacto de la gestión de la innovación de las Pymes familiares en la ciudad de Montería.....	26
Análisis del valor agregado de los estudiantes de la institución universitaria Antonio José Camacho (UNIAJC).....	28
El estudio de la transformación digital desde la perspectiva del organizing: el caso de dos empresas de Colombia.....	30
Los efectos del COVID-19 en las exportaciones de la Alianza del Pacífico.....	32
Afectación ambiental del páramo como ecosistema estratégico en Colombia	34
Aprendizaje sobre el conflicto estudio- familia en clases virtuales. Un análisis desde la personalidad del estudiante	36
Estrategias de marketing digital y posicionamiento de marca en el sector cosmetológico de Barranquilla	38

Análisis sobre los retos del macroentorno para los futuros administradores de empresas: Una mirada académica.....	40
Enfoque multidimensional de la Resiliencia organizacional en la banca comercial. Una revisión de la literatura	42
Un análisis bibliométrico de las publicaciones sobre la relación entre innovación e internacionalización de PYMES en Latinoamérica	44
Estudio sobre el estado de la innovación en mercadeo en las empresas de la industria alimentaria en la ciudad de Bogotá.....	46
Incidencia de las estrategias de sostenibilidad en la gestión: Un estudio de tres empresas Antioqueñas	48
Análisis de factores críticos de éxito para el fortalecimiento de emprendimientos rurales en áreas rurales en los alrededores de la provincia de Vélez, departamento de Santander	50
La educación financiera como elemento clave de las finanzas sostenibles	52
El impacto positivo de la pandemia del COVID-19 en la práctica docente habitual de una universidad colombiana	54
Experiencia de usuario en omnicanalidad para empresas de retail moda centro comercial ÚNICO Colombia.....	56

Evolución comparativa de la sociedad de interés colectivo con relación a las MiPymes en Colombia	58
Gestión estratégica de costos en Mipymes del sector de muebles de madera del municipio de Armenia	60
Percepción de los estudiantes sobre la calidad de las competencias del docente universitario: una aplicación en la facultad de ciencias administrativas, económicas y contables de la Universidad Tecnológica del Chocó - Diego Luis Córdoba	62
Determinación y comportamiento de la inflación en Colombia: una aproximación a través de modelos VAR.....	64
¿Es posible entender la industria de Fast Fashion a través de las redes sociales?	66
Implementación de la automatización robótica de procesos (RPA) en auditoría interna de grandes empresas antioqueñas.....	68
Criterios existentes en la dirección de equipos de proyectos asociado a enfoque diferencial étnico – cultural en el sector ganadero, caso departamento del Atlántico-Colombia	70
Propiedad intelectual y sistemas de innovación en la literatura científica indexada en SCOPUS (2001- 2021)	72
Tradición familiar y emprendimiento: una mirada desde el contexto universitario	74

Situación Actual De La Gestión De Talento Humano Para La Generación De Valor Y El Liderazgo Resonante	76
Aplicación Móvil (App) “Going Market” De La Universidad Del Sinú Seccional Cartagena De Indias Colombia	78
Modelo de medición para proyectos de innovación en agroempresas: el caso del departamento del Cauca	80
Marketing digital: herramienta para el posicionamiento de pequeñas empresas del sector ferretero en Colombia	82
Gestión del cambio: un estudio en la industria creativa y cultural de Colombia	84
Modelo de gestión de responsabilidad social para organizaciones sin ánimo de lucro MOGERSO basado en la generación de valor compartido a lo largo de la cadena de valor.....	86
Medidas preventivas que adoptó un grupo de docentes de una universidad privada de Bogotá frente a los riesgos ergonómicos durante el trabajo en casa	89
El ecosistema emprendedor en el sector rural en Colombia.....	91
Impacto de emprendimientos creados en 2020, y su aporte al crecimiento del departamento de Bolívar	93
Estrategia pedagógica para fortalecer el ejercicio veedor de la contraloría de	

Yumbo bajo convenio UNIAJC.....	95
El banco de alimentos de Zipaquirá. Una perspectiva holística de ecosistema de servicio.....	97
Impacto del aprendizaje experiencial: integrando el emprendimiento y la sostenibilidad más allá del aula.....	99
El Escenario De Pandemia Y La Reconfiguración De La Práctica Docente	101
Alcance de la política pública de transporte 2016-2019 en la actualidad de Barranquilla	103
Financiamiento sostenible de productores agropecuarios rurales, adaptable al cambio climático con enfoque diferencial en el departamento del Atlántico	105
Innovación, transformación digital y emprendimiento: un análisis bibliométrico de la producción de artículos de autores afiliados a instituciones colombianas.....	107
Modelo de gestión de turismo cultural con enfoque diferenciado en innovación social y emprendimiento para el departamento de Sucre	109
Generando valor desde la responsabilidad social empresarial	111
Caracterización de la industria textil de Cúcuta y el área metropolitana.....	113

Estructura del capital de trabajo de las pymes del sector construcción en Colombia.....	115
Evolución de la producción académica de los estudios de género y finanzas en mercados emergentes.....	117
Estrategias pedagógicas para el fortalecimiento de las competencias genéricas y técnicas del talento humano apoyados en las TIC	119
Evaluación de la competitividad de los productores de café diferenciado.....	122
Lavado de activo identificable en los estados financieros.....	124
Modelo de gestión administrativo y financiero empresas familiares Pymes prestadoras de servicios turísticos Buenaventura	126
Redefiniendo el rol del directivo, frente a los retos organizacionales que supone la era digital.	128
Análisis estratégico de las dinámicas organizativas respecto a la generación de café especial asociación de productores y exportadores por un mejor vivir, Aspronex en Belalcázar Páez Cauca.....	130
Evaluación de la relación entre la Justicia y el Comportamiento Organizacional en la Fuerza Aérea Colombiana	133
Efectos de la política monetaria en las finanzas de las familias. Una revisión desde la inclusión y educación financieras en Colombia (2010-2019).....	135

INTRODUCCIÓN

La Conferencia Internacional ASCOLFA 2022: Cooperación e integración Internacional: Una visión de las Escuelas de Negocios, realizada en la ciudad de Cúcuta el pasado 1, 2, y 3 de noviembre del 2022, encuentro que reunió a 178 Investigadores de nuestras IES y autores de diferentes regiones quienes presentaron 81 Papers resultados de investigación en las organizaciones, su administración y negocios, con una mirada hacia el desarrollo sostenible, la internacionalización y la globalización.

La Conferencia y el Encuentro de Investigación, tiene como propósito generar un espacio de diálogo académico entre investigadores nacionales e internacionales, profesores, estudiantes y profesionales de diferentes áreas de conocimiento, incentivando el trabajo colaborativo entre investigadores provenientes de diferentes regiones del país y, de esta manera fortalecer las redes de investigación. La Conferencia busca el crecimiento de la disciplina de la administración, en un entorno global de cambios e incertidumbre.

En estas memorias encontrarán 64 resúmenes de los trabajos de investigación y podrán revisar temáticas relevantes en las disciplina de la Administración tales como: Emprendimiento e Innovación, Competitividad, Transformación digital, Administración y estrategias empresariales en tiempos de transición, Responsabilidad social y sostenibilidad, Fronteras paz y economía y Educación y aprendizajes en las escuelas de negocios, todos ellos temas de interés académico, empresarial e investigación, y podrán encontrar investigaciones que están abordando temas para cerrar bre-

chas como el emprendimiento femenino, la innovación y migración en las zonas de frontera, nuevos enfoques para la competitividad, el uso de las herramientas digitales y la Inteligencia Artificial para hacer más productivos los negocios, algunos retos Empresariales para la sociedad del siglo XXI, economía circular cultural y creativa, las relaciones internacionales y el desarrollo económico en las fronteras para la paz y la sostenibilidad territorial.

ASCOLFA agradece a cada uno de los autores por su trabajo y generosidad de construir, socializar y transferir conocimiento, la conformación y consolidación de redes de investigación, la mirada desde sus investigaciones para generar impacto en las regiones que crean oportunidades de desarrollo sostenible y que aportan al desarrollo económico, social y empresarial del país. Esta red de investigadores y este encuentro se convierte en una oportunidad para analizar y reflexionar sobre los momentos de incertidumbre global, nacional y empresarial, cuyas decisiones dependen de información sobre las posibilidades de Cooperación Internacional y la incidencia en los negocios, con especial interés en las zonas fronterizas y en mayores productividades y resultados sostenibles en pro de la sociedad y el rol y la importancia que tienen las IES como actor estratégico en las dinámicas de cambio, en la generación de mejores oportunidades y la responsabilidad social universitaria en el desarrollo equitativo, justo, con menores brechas y una mayor inclusión

Gisèle Eugenia Becerra Plaza

Directora Ejecutiva ASCOLFA

ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO DE LA ORGANIZACIÓN: CASO DE ESTUDIO EN UNA CLÍNICA DEL VALLE DEL CAUCA.

Jefferson Santamaría Ayala¹; Yeime Leandro Muñoz Ser-
na²; Viviana Beltrán Zorrilla³; Lady Marian Ocampo Cabe-
zas⁴; José Manuel Puches Montes⁵

Resumen

Este estudio de caso evidenció la estrategia implementada por una organización del sector de la salud, donde se buscó garantizar el desarrollo personal y profesional continuo y el fortalecimiento de la competencia técnica del capital humano de la organización. Como instrumento para medir el impacto de esta estrategia, se llevó a cabo la aplicación de una encuesta, por medio de la plataforma Google Forms; esta plataforma permitió la divulgación de la misma a

1. jefferson.santamar@campusucc.edu.co; Universidad
Cooperativa de Colombia, Campus Cali

2. yeime.munoz@campusucc.edu.co; Universidad
Cooperativa de Colombia, Campus Cali

3. viviana.beltran@campusucc.edu.co; Universidad
Cooperativa de Colombia, Campus Cali

4. lady.ocampo@campusucc.edu.co; Universidad
Cooperativa de Colombia, Campus Cali

5. jose.puches@campusucc.edu.co; Universidad
Cooperativa de Colombia, Campus Cali

través de un enlace web que fue compartido a diferentes colaboradores de la empresa; la encuesta contó con la participación de 50 colaboradores de las diferentes divisiones de trabajo de la organización, de los cuales se obtuvo información que permitió analizar el nivel de satisfacción que tienen con la organización, con su cultura organizacional, su identidad, sus líderes y su satisfacción personal. Una de las preguntas de la encuesta estaba enfocada en conocer la satisfacción de los colaboradores con las capacitaciones brindadas en el tema del liderazgo y crecimiento personal en la organización.

Palabras clave: Capital humano, cultura organizacional, liderazgo, motivación, formación.

EL INTRAEMPENDIMIENTO COMO PROMOTOR PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES.

Bladimir Coronado⁶; Miguel Barajas⁷

Resumen

Se enfoca este trabajo investigativo en el intraemprendimiento en la ciudad de Medellín, por los propósitos e interés en el abordaje del emprendimiento. Esta investigación considera la cultura emprendedora en los diferentes escenarios desde la perspectiva e incidencia en la creación y desarrollo de empresas, con la implementación de una metodología y análisis de variables que permitan establecer los posibles efectos en el rendimiento, la estructura, la compensación e incentivos comparándolos con la innovación y el intraemprendimiento. Identificando en ellos los elementos que promueven el fortalecimiento de emprendedores, como motor para el desarrollo social, en la generación de empleo estable en la ciudad de Medellín

Abstract.

This research work focuses on intrapreneurship in the city

6. bladimir.coronado@campusucc.edu.co; Universidad Cooperativa de Colombia sede Medellín

7. miguel.barajas@campusucc.edu.co; Universidad Cooperativa de Colombia sede Medellín

of Medellín, for the purposes and interest in approaching entrepreneurship. This research considers the entrepreneurial culture in the different scenarios from the perspective and impact on the creation and development of companies, with the implementation of a methodology and analysis of variables that allow establishing the possible effects on performance, structure, compensation and incentives. Comparing them with innovation and intrapreneurship. Identifying in them the elements that promote the strengthening of entrepreneurs, as an engine for social development, in the generation of stable employment in the city of Medellín.

Palabras Clave: Empleos, Emprendimiento, Social.

EL ENDOMARKETING FRENTE AL DESARROLLO DE LAS DINÁMICAS DEL SECTOR SALUD

María Fernanda Semanate Solis⁸

Resumen

El estudio se centra en el análisis de las dinámicas de endomarketing que se desarrollan al interior de cinco entidades del sector salud de la ciudad de Popayán, considerando la forma en que éstas aportan a la gestión organizacional, relacionada con la motivación de los trabajadores en cuanto a la gestión de sus actividades. En este contexto, se establece una metodología de corte cualitativo, a partir de la cual se hace uso de técnicas como la documentación, encuesta y entrevista. Durante la investigación se observa que el endomarketing se convierte en un factor relevante en el entorno de la salud, considerando el tipo de servicio que se presta y la importancia de una interacción asertiva.

Palabras clave: sector salud, endomarketing, motivación, cliente interno

8. coord.gcomercial@unimayor.edu.co; Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN LA EMPRESA ARTESANÍAS TORO MIURA DEL MUNICIPIO DE GALAPA

Valentina Arcon Menco⁹, Shelsy Sofia Rodriguez Herrera¹⁰,
Odette Chams-Anturi¹¹

Resumen

La gestión de la experiencia del cliente se ha convertido en un factor clave de éxito para que las empresas tengan una ventaja competitiva sobre otras, pues el vínculo emocional entre la marca y el consumidor son las bases sólidas para que se conviertan en clientes fieles. Actualmente debido a la pandemia muchos sectores se han visto afectados, especialmente el Artesanal debido a la disminución de turistas en la ciudad de Barranquilla lo cual afecta las ventas. Particularmente esta investigación se centra en estudiar la empresa Artesanías Toro Miura del municipio de Galapa, analizando la gestión actual de experiencia al cliente que brindan, y reconociendo su importancia para la captación y fidelización de clientes. Para ello, se describieron los ele-

9. varcon1@cuc.edu.co; Corporación Universitaria de la Costa -CUC-

10. srodrigu@cuc.edu.co; Corporación Universitaria de la Costa -CUC-

11. ochams@cuc.edu.co; Corporación Universitaria de la Costa -CUC-

mentos clave de la experiencia del cliente desde la percepción de los colaboradores de la empresa, se determinaron los pilares de la gestión de la experiencia del cliente presentes en la empresa, y se establecieron estrategias para la gestión eficiente de la experiencia del cliente en la empresa.

El objetivo de esta investigación es analizar la gestión de la experiencia del cliente en la empresa Artesanías Toro Miura del municipio de Galapa, para ello se emplearon encuestas a todos sus colaboradores. Las apreciaciones emitidas por los trabajadores de la empresa permitieron forjar el establecimiento de estrategias para una gestión eficiente de la experiencia en la empresa

Palabras clave: Gestión de la experiencia del cliente

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO Y EL VALOR AGREGADO A LOS GRUPOS DE INTERÉS

Ramiro Parra Hernandez¹²; Beatriz Elena Guzmán Díaz¹³;
Edwin Tarapuez Chamorro¹⁴

Resumen

Los atractivos turísticos en el Quindío han logrado reconocimiento a nivel nacional por su riqueza natural y cultural. El estudio tiene como objetivo identificar el valor agregado de los atractivos turísticos del Departamento del Quindío a sus grupos de interés; la metodología utilizada fue descriptiva y estudio de casos, se obtuvo información primaria mediante entrevista a representantes legales, e información secundaria mediante revisión documental. Los resultados presentados corresponden a 12 establecimientos que representan el noventa y dos por ciento (92%) de la muestra seleccionada. Se determinó generación de valor a los grupos de interés especialmente clientes y al talento humano.

Palabras clave: Atractivos turísticos, grupos de interés, valor agregado

12. rparra@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

13. beguzman@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

14. eitarapuez@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS QUE HA TENIDO LA COVID 19 EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS (PST) DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO DURANTE EL PERIODO 2020 -2021.

Rafael Alexander Jaramillo Lotero¹⁵; Jorge Iván Chica Rincón¹⁶

Resumen

Dada la pandemia a causa de la COVID 19, son graves las consecuencias económicas y sociales que se tuvieron y que impactaron directamente en el desarrollo de los diferentes países, el sector turismo no estuvo aislado de este impacto, siendo uno de los gremios más afectados por las diferentes políticas de aislamiento definidas por los gobiernos internacionales, nacionales y locales como consecuencia, de la presencia del virus mundial. Esta propuesta de investigación tendrá en cuenta el método deductivo, de manera alterna se utilizará el método inductivo y será una investi-

15. rajaramillo@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

16. jchica@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

gación descriptiva; se implementó un instrumento de medida encuesta a través de un cuestionario con preguntas estructuradas, el tipo de muestreo será mixto: se utilizará el muestreo estratificado y el muestreo de inclusión forzosa, se buscará información secundaria que nos permita articular la propuesta.

Palabras clave: Turismo, Crecimiento, Actividad Económica, Socioeconómico, COVID 19.

FACTORES DE INNOVACIÓN PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE PYMES AGROINDUSTRIALES DEL MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS RISARALDA

Laura Melissa Ceballos¹⁷; Juan Velandia¹⁸

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar el factor de la innovación del producto para fortalecer la competitividad en las pymes del sector agroindustrial del municipio de Dosquebradas, es por eso que se realizó un estudio de tipo descriptivo e interpretativo con un enfoque cualitativo, aplicando un instrumento de recolección de la información que en esta caso fue la encuesta, se realizó a un total de 12 gerentes, administradores, coordinadores de área y propietarios, como directos responsables de los procesos de innovación y desarrollo al interior de las pymes. Se realizó una revisión teórica sobre los factores de la innovación específicamente en cuanto a la innovación del producto, encontrando 4 autores representativos: Factores

17. lceballos@uc.edu.co; *Fundación Universitaria Comfamiliar Risaralda*

18. juanp-velandiaf@unilibre.edu.co; *Universidad Libre de Pereira*

de Innovación Manual de Oslo (OCDE, 2018), Factores de Innovación (Talin, 2011), Factores de Innovación (Catennazi, 2001) y Innovación (Ortíz & Nagles, 2008), en donde para esta investigación se tomó los factores de la innovación del producto mencionados por la OCDE por su relación con la competitividad, el índice de competitividad mundial, nacional y regional, el estudio de innovación y el CONPES 4069. Dentro los principales resultados de esta investigación, se encuentra que los sub-factores de la innovación en el producto es la innovación en el sabor y la textura, al igual que el cambio de empaques y envases más amigables con el medio ambiente. Adicionalmente, los sub-factores menos implementados en las empresas, es el uso de tecnología y patentes con respecto a la innovación del producto. Por otro lado, las pymes afirman que están muy de acuerdo que hay una relación entre los factores de innovación y la competitividad y que el mayor reto de para competir con innovación en el mercado se centra principalmente es la tecnificación de los procesos pasar de lo artesanal al uso de tecnología, no solamente por el costo que este implica sino también la contratación de mano obra calificada que se adapte, además de la capacitación para que se cree una cultura de innovación dentro de la organización. Asimismo, manifiestan que la innovación permite tener elementos diferenciales dentro de los diferentes nichos de mercado para lograr los objetivos organizacionales, sostenerse en el tiempo y lograr una supervivencia ante las estrategias de las grandes empresas o empresas extranjeras radicadas en Colombia. Finalmente, en cuanto a la innovación del producto y la relación con la competitividad se dio a conocer que en cuanto a la investigación en el producto el 42% de

las empresas siempre hacen investigación, que el 41% casi siempre hacen investigación y el 17% restante algunas veces lo hacen. Siendo este ítem uno de los más importantes y utilizados por las empresas para competir en el mercado, también mencionan que lo hacen mediante bases de datos, revistas sectoriales, revistas indexadas y otras publicaciones de carácter nacional e internacional.

Palabras Claves: Competitividad, Innovación, Pymes

CARACTERIZACIÓN DE LA MUJER EMPRENDEDORA PARA DISMINUIR LAS BRECHAS DE GÉNERO EN AMÉRICA LATIN

Martha Inés Moreno Medel¹⁹; Lasso Silva Edel Rocio²⁰;
Lenyd Angélica Riaño Martínez²¹

Resumen

La mujer colombiana es concebida como luchadora y gestora de ingresos para el sostenimiento de su familia, lo que la lleva a encontrar espacios que le permitan la autorrealización, generando ruptura de estereotipos sociales que han condicionado las brechas existentes de género, impidiéndole alcanzar de manera equitativa un estatus social. Es así como a partir de este movimiento social, sustentado en investigaciones como la realizada por (Forero, 2019) quién destaca, que por lo general las emprendedoras entre otros rasgos son mujeres maduras, casadas, de estrato social medio, arriesgadas, soñadoras, tenaces, independientes, de carácter exigente, perseverantes, expresivas, prácticas y analíticas; quienes contribuyen con factores sociales y económicos en las regiones a las que pertenecen, no siendo reconocida su función emprendedora de manera igualita-

19. mimorenom@poligran.edu.co; Politecnico Grancolombiano

20. erlassos@poligran.edu.co; Politecnico Grancolombiano

21. lrianoma@poligran.edu.co; Politecnico Grancolombiano

ria en los contextos empresariales. En este sentido es necesario establecer políticas públicas para obtener mejoras en lo que tiene que ver con condiciones empresariales propias para mujeres, que tengan en cuenta sus particularidades e igualmente con temas de equidad de género. Por otro lado (Ferreira, Bastos, & D'Angelo, 2018), analizaron los estímulos que tienen las mujeres para dejar sus trabajos formales en busca del auto empleo, destacando elementos exógenos y endógenos como factores sociales y culturales intrínsecos al entorno familiar, los cuales conducen a impulsarlas a un cambio de carrera; entre los principales estímulos encontrados están la auto realización, búsqueda de flexibilidad, logro profesional, desafíos personales, alto nivel de ambición profesional e identidad femenina. Adicionalmente, el emprendimiento femenino abordado por Thébaud (2016), sustenta la motivación que tienen las mujeres para independizarse debido a prácticas organizativas inflexibles, factores familiares y las vías de género que originan el empoderamiento de las mujeres a través de sus emprendimientos donde su finalidad primordial es el autoempleo, generándole un estatus familiar y un logro educativo. A partir de la anterior exposición de motivos, surge la siguiente reflexión: ¿Cuáles son los condicionantes del emprendimiento a partir de la brecha de género en Colombia?, para darle un contexto a este cuestionamiento se plantea como objetivo de esta investigación en curso, identificar los condicionantes que influyen en el emprendimiento a partir de la brecha de género.

El método utilizado para el desarrollo del objetivo del presente estudio es cualitativo, el cual proporciona las herra-

mientas necesarias para analizar los condicionantes del emprendimiento femenino, a partir de la brecha de género; tomando como base la revisión documental de estudios previos de otros autores durante el periodo comprendido entre 2016 al 2020; con ello se efectuó una matriz analítica, que permitió establecer las siguientes categorías: Emprendimiento de género, Emprendimiento femenino, Emprendimiento social en América Latina. Como resultado de la revisión bibliográfica de tres bases de datos Semantic Scholar, Lens y Scopus; se delimita la investigación a cinco años, obteniendo estudios de países de América Latina, solamente de artículos y capítulos de libros de 164 documentos relacionados con los criterios de las categorías establecidas. Una vez aplicados los criterios de selección, análisis y clasificación, se seleccionaron 48 documentos que permiten profundizar en los elementos teóricos como: emprendimiento, emprendimiento y género, organización, habilidades y otros factores asociados.

GOBERNANZA Y GESTIÓN UNIVERSITARIA: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Andrea Mosquera Guerrero²²; Efren Romero-Riaño²³; Elena Meliá Martí²⁴

Resumen

A pesar de su relevancia, la mirada bibliométrica a temas como gobernanza, estrategia y gestión en el ámbito de las instituciones de educación superior es poco común, los trabajos publicados son principalmente de corte teórico o empíricos desarrollados a través de casos con delimitaciones a zonas geográficas, principalmente Asia y Europa. Este artículo contribuye a paliar este déficit determinando las dimensiones y tendencias más relevantes en el campo de la educación superior y la gestión universitaria con el fin de proporcionar un referente para futuras investigaciones en esta área. Además, se reduce el sesgo generado por otras investigaciones que utilizan una sola de las bases de datos de referencia (Clarivate-Web of Science-en adelante WoS, y Scopus) (Bryman 2007; Perkmann et al. 2013; Kotsemir and Shashnov 2017). En consonancia con lo menciona-

22. andrea.mosquerag@gmail.com; *Institución Universitaria Antonio José Camacho, Colombia*

23. eromero21@unab.edu.co; *Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia*

24. emeli@m@esp.upv.es; *Universidad Politécnica de Valencia, España*

do, se planteó como objetivo la identificación de las perspectivas actuales sobre gobernanza y gestión universitaria con base en la revisión de las bases de datos Web of Science y Scopus. Para dar respuesta al planteamiento anterior, se realizó una revisión de la literatura basada en técnicas de cartografía científica y análisis de redes, que permite mostrar su estado actual, así como identificar tendencias o perspectivas de investigación.

Los resultados han permitido identificar tres perspectivas: a. Modelos de gobernanza y liderazgo; b. El alumnado en la gobernanza universitaria; y c. Tecnología en la educación superior. La investigación realizada permite apreciar los cambios que han sufrido los sistemas de gobernanza y gestión universitaria, tomando en consideración elementos como las TIC's, la relación universidad- empresa, revisión por pares, entre otros factores asociados al devenir de los sistemas de gobernanza.

Palabras clave: gobernanza, gestión, universidad, estudiantes, tecnología.

LA INFLUENCIA DEL ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE MARCAS INTERNACIONALES DE TEXTILES DEPORTIVOS EN BARRANQUILLA.

Vanessa Soles Villarreal²⁵; María Emma Rada Cantillo²⁶;
Danielle Nunes Pozzo²⁷; Aland Becerra Rodríguez²⁸

Resumen

El estilo de vida saludable es una tendencia en crecimiento que involucra la búsqueda del bienestar general y la salud física, mental y emocional, llevando al consumidor a mejorar sus hábitos alimenticios y dedicar tiempo a su actividad física y los implementos requeridos para su desarrollo. El consumidor se encuentra más expuesto a estímulos externos que repercuten en sus decisiones, abriendo paso a un consumidor de tendencias y conocimiento, derivado de la era digital, en donde al contar con mayor acceso a la información sobre los productos y las marcas, y por igual, a mayor retroalimentación de otros consumidores, puede

25. solesvanessa@gmail.com; Universidad de la Costa -CUC-

26. mrada6@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

27. dnunez8@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

28. abecerral@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

ser más analítico o influenciado en sus compras; paralelamente, ante el crecimiento y desarrollo de las tecnologías, también se espera un consumidor más exigente. Las organizaciones deben conocer el perfil del consumidor e indagar el porqué de sus comportamientos, atendiendo óptimamente la demanda y ofertando productos de acuerdo con su público objetivo. Ante la carencia de estudios en la ciudad de Barranquilla en relación con lo expuesto, la presente investigación tiene como propósito analizar la influencia del estilo de vida saludable en el comportamiento de consumo de marcas internacionales de textiles deportivos, estableciendo los objetivos específicos (i) Identificar la competencia actual del sector textil de las marcas deportivas internacionales en el mercado de la ciudad de Barranquilla. (ii) Identificar las tendencias deportivas actuales en el mercado de la ciudad de Barranquilla. (iii) Caracterizar el perfil demográfico y psicográfico de los consumidores barranquilleros frente a las marcas internacionales de textiles deportivos. (iv) Comparar la percepción de valor del consumidor barranquillero frente a las marcas de textiles deportivos nacionales e internacionales. Entre el 2022-2 y el 2023-1, de observaciones derivadas del “cliente incógnito” en conjunto con entrevistas al azar, se estudiará a los consumidores en su ambiente natural al momento de adquirir productos textiles deportivos, valores cualitativos que serán adjuntados de manera escrita y textual; simultáneamente se aplicará una encuesta a una muestra de 210 barranquilleros activos físicamente que utilizan marcas deportivas nacionales e internacionales durante sus rutinas, variables cuantitativas que serán representadas en diagramas circulares que reflejen categorías como nivel socioeconómico,

factores determinantes de compra, atributos de productos, conocimiento de las marcas en el mercado, medios de compra, métodos de pago, entre otros. Se espera que los resultados sean el insumo para efectuar el análisis sobre la caracterización del perfil demográfico y psicográfico del consumidor barranquillero de textiles deportivos, sus hábitos de consumo y poder adquisitivo, conocer su percepción de valor y la preferencia de marca de textiles deportivos locales e internacionales; asimismo, establecer el comparativo de las marcas deportivas nacionales e internacionales de textiles haciendo énfasis en las retos y oportunidades para las empresas dentro del mercado barranquillero.

Palabras clave: estilo de vida saludable, comportamiento de consumo, marketing internacional, marcas deportivas internacionales.

IMPACTO DE LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN DE LAS PYMES FAMILIARES EN LA CIUDAD DE MONTERÍA

Francisco Antonio Bárcenas Merlano²⁹; Manuel Antonio Pérez Vásquez³⁰

Resumen

La situación actual de las Pymes en Colombia, en lo referente a la disminución del crecimiento y desarrollo económico de las mismas, hace diagnosticar estrategias que conlleven a la sostenibilidad de las empresas en el tiempo y evaluar su adaptación al cambio. En el caso de las Pymes Familiares en el país, estas no muestran un nivel aceptable de competitividad, y están aisladas dentro del contexto de participación en el mercado nacional e internacional, es decir no muestran capacidad de sostenerse en el mercado competitivo, por lo tanto, es común que haya descalabro económico de estos negocios, que, en algunos casos, llevan a los dueños de los negocios a cerrar.

El mundo actual se caracteriza por una fuerte competitividad empresarial, ello hace imperativo, el que las organizaciones desarrollen planes estratégicos gerenciales en los cuales la innovación es un factor esencial, debido a que la

29. fbarcenasmerlano@correo.unicordoba.edu.co; Universidad de Córdoba

30. manuelperezv@unisinu.edu.co; Universidad del Sinú

misma, implica el rediseño de los procesos. La discusión del estudio se centra en identificar que las Pymes familiares monterianas aun presentan un rezago empresarial en el tema de la innovación, debido a la renuencia por parte de los familiares de estas unidades de negocios, frente al desarrollo de acciones estratégicas en favor de la innovación, donde haya una dinámica empresarial activa y fuerte.

Palabras claves: Innovación, Pymes, familiares, competitividad.

ANÁLISIS DEL VALOR AGREGADO DE LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO JOSÉ CAMACHO (UNIAJC)

Carlos Ardila Mercado³¹; Carlos Darío Restrepo³²

Resumen

La educación es determinante en el desarrollo económico de los países, siendo un factor relevante para el bienestar socioeconómico de las personas, por esto las naciones a nivel global regulan la educación con el ánimo de mejorar el desarrollo económico y la calidad de vida de los habitantes. Dentro de los aspectos de regulación los gobiernos tratan de impartir políticas educativas que pretenden incentivar, controlar, calificar y financiar los procesos educativos públicos. Esta investigación está centrada en medir el valor agregado educativo alcanzado por los estudiantes egresados de los niveles de pregrado de la UNIAJC.

En términos de educación superior la medición del valor agregado alcanzado por los estudiantes en su formación es

31. cardila@admon.uniajc.edu.co; Institución Universitaria Antonio José Camacho (UNIAJC)

32. crestrepo@admon.uniajc.edu.co; Institución Universitaria Antonio José Camacho (UNIAJC)

medición del mejoramiento de las competencias en cuanto a su formación académica inicial. En Colombia la medición de calidad académica de los planteles educativos es preponderante por parte del Ministerio de Educación Nacional (MEN), siendo el promedio alcanzado por los estudiantes de educación superior en las pruebas Saber. Para el caso de la UNIAJC preguntas como las siguientes resultan pertinentes: ¿Es coherente medir la calidad de la formación académica tomando como base los puntajes obtenidos por sus estudiantes en las pruebas Saber?, ¿los estudiantes con puntajes altos en pruebas Saber¹¹ que ingresaron son los que más se beneficiaron en su formación?; ¿Los estudiantes con puntajes bajos en pruebas Saber¹¹ tendrán barreras para el mejoramiento de sus condiciones académicas? En esta investigación se estudiará si la UNIAJC genera valor agregado en la formación académica de sus estudiantes de acuerdo con la revisión y aplicación del concepto de valor agregado educativo y su relación con la economía de la educación, se aplicará la metodología de regresión cuantílica utilizando datos del ICFES, para someter a prueba la hipótesis mencionada.

Palabras clave: Valor agregado, gestión del conocimiento

EL ESTUDIO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL ORGANIZING: EL CASO DE DOS EMPRESAS DE COLOMBIA

Oscar Andrés Galindo Rodríguez³³

Resumen

Impulsada por la cuarta revolución industrial, la pandemia del COVID 19 y el uso masificado de las tecnologías digitales en los diferentes ámbitos sociales, la transformación digital está cambiando la naturaleza y el contexto de las organizaciones (Hanelt et al., 2021), lo que podría explicar el movimiento creciente de su necesidad para incorporarla en las organizaciones (Iansiti & Lakhani, 2014); no hacerlo implica poner en riesgo su supervivencia (Vial, 2019), volverse menos atractivas para los diferentes grupos de interés y es probable que sean reemplazadas por organizaciones que aprovechan las tecnologías digitales (Verhoef et al., 2019). Diferentes autores han reconocido la complejidad organizacional de la transformación digital en su implementación y desde la literatura se ha identificado como problema la falta de comprensión de la transformación digital como un proceso complejo, que impacta a la organización en su

33. oscar.galindo@ceipa.edu.co; Fundación Universitaria CEIPA

conjunto de manera fundamental y que puede afectar su implementación, teniendo en cuenta que la investigación generalmente la aborda como un fenómeno fijo, homogéneo y estable, es decir, cosificado.

La transformación digital es quizás una de las prioridades más relevantes para muchas organizaciones (Mugge et al., 2020), sin embargo, es un proceso complejo, prolongado y difícil de implementar (Bunduchi et al., 2020). Con el propósito de mejorar la comprensión de la transformación digital en una organización, se plantea la pregunta de investigación “¿cómo ocurre el proceso de transformación digital en dos empresas de Colombia desde la perspectiva del organizing?” y se propone una investigación con enfoque cualitativo, de alcance exploratorio – descriptivo, de corte longitudinal, mediante un diseño de casos por emparejamiento de dos empresas que se han transformado digitalmente.

Palabras Clave: transformación digital, tecnologías digitales, organizing, proceso, prácticas sociales

LOS EFECTOS DEL COVID-19 EN LAS EXPORTACIONES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

Jorge Isaac Lechuga Cardozo³⁴

Resumen

Impulsada por la cuarta revolución industrial, la pandemia del COVID 19 y el uso masificado de las tecnologías digitales en los diferentes ámbitos sociales, la transformación digital está cambiando la naturaleza y el contexto de las organizaciones (Hanelt et al., 2021), lo que podría explicar el movimiento creciente de su necesidad para incorporarla en las organizaciones (Iansiti & Lakhani, 2014); no hacerlo implica poner en riesgo su supervivencia (Vial, 2019), volverse menos atractivas para los diferentes grupos de interés y es probable que sean reemplazadas por organizaciones que aprovechan las tecnologías digitales (Verhoef et al., 2019). La transformación digital es quizás una de las prioridades más relevantes para muchas organizaciones (Mugge et al., 2020), sin embargo, es un proceso complejo, prolongado y difícil de implementar (Bunduchi et al., 2020).

Diferentes autores han reconocido la complejidad organizacional de la transformación digital en su implementa-

34. jorgeisaac.lc@gmail.com; jorge.lechuga@usa.edu.co; *Universidad Sergio Arboleda*

ción y desde la literatura se ha identificado como problema la falta de comprensión de la transformación digital como un proceso complejo, que impacta a la organización en su conjunto de manera fundamental y que puede afectar su implementación, teniendo en cuenta que la investigación generalmente la aborda como un fenómeno fijo, homogéneo y estable, es decir, cosificado. Para abordar este problema, se propone una propuesta de tesis en el marco del Doctorado en Administración de la Universidad EAFTI, en Medellín – Colombia, para investigar la transformación digital desde la perspectiva del organizing, que permitiría comprender la transformación digital como un proceso heterogéneo, difuso y complejo, que da cuenta “cómo ocurre” y no simplemente “cómo es” y que considera lo social, mediante las prácticas sociales de las personas que intervienen en este proceso. Por lo tanto, “¿cómo ocurre el proceso de transformación digital en dos empresas de Colombia desde la perspectiva del organizing?”, es la pregunta que orientará esta propuesta de investigación y “comprender el proceso de transformación digital de dos empresas de Colombia, desde la perspectiva del organizing, mediante el estudio de casos por emparejamiento”. Se propone una investigación con enfoque cualitativo, de alcance exploratorio – descriptivo, de corte longitudinal, mediante un diseño de casos por emparejamiento de dos empresas que se han transformado digitalmente.

Palabras Clave: transformación digital, organizing, proceso, prácticas sociales.

AFECTACIÓN AMBIENTAL DEL PÁRAMO COMO ECOSISTEMA ESTRATÉGICO EN COLOMBIA

Melissa Lis-Gutiérrez³⁵; Jonathan Jiménez-Parra³⁶; Jenny Paola Lis-Gutiérrez³⁷

Resumen

Los páramos colombianos ofertan diferentes servicios ecosistémicos y son considerados ecosistemas estratégicos para el desarrollo sostenible del país y de sus habitantes. En las últimas décadas ha sido más evidente su afectación en términos sociales, económicos y ambientales debido a la creciente intervención antrópica. Este capítulo tiene como finalidad dar respuesta a ¿cuáles son las afectaciones de los páramos de Sumapaz y Santurbán, derivadas de las actividades humanas? Con este propósito, se empleó una metodología cualitativa basada en la revisión documental y el análisis de estos casos específicos identificados en las plataformas Global Atlas of Environmental Justice, el Observatorio de Conflictos Mineros de América Latina y el Observatorio de Conflictos Ambientales de Colombia.

35. melissa.lis@unimeta.edu.co; Corporación Universitaria del Meta

36. jrjimenezpa@unadvirtual.edu.co; Universidad Nacional Abierta y a Distancia

37. jlis@cuc.edu.co, e.jennypaolalis@go.ugr.es; Universidad de la Costa / Universidad de Granada

Los casos seleccionados se analizaron mediante el modelo FPEIR (fuerzas motrices – presión – estado – impacto – respuesta). Esto permitió establecer que las principales amenazas en estos ecosistemas corresponden a las actividades extractivas que han ocasionado su desequilibrio, afectando negativamente la calidad del suelo y de las fuentes hídricas, disminución acelerada de la biodiversidad y en la calidad de vida a mediano y largo plazo de los habitantes de estas regiones. Es inminente el daño generado a estos ecosistemas, sin embargo, al implementar estrategias de uso, manejo y conservación de recursos adecuadas, que estén articuladas con las leyes y políticas actuales, permitirán la restauración paulatina de las funciones ecosistémicas y desde luego el mejoramiento de los servicios ecosistémicos deteriorados, garantizando la calidad de vida no solo de los habitantes del páramo sino del resto de la población colombiana.

Palabras Clave: páramo, servicios ecosistémicos, conflictos ambientales, justicia ambiental.

APRENDIZAJE SOBRE EL CONFLICTO ESTUDIO-FAMILIA EN CLASES VIRTUALES. UN ANÁLISIS DESDE LA PERSONALIDAD DEL ESTUDIANTE

Gerso Vera³⁸; Jersons Borrero³⁹; Isabella Cuellar⁴⁰

Resumen

A raíz de la pandemia de Covid-19, la mayoría de las organizaciones educativas tuvieron que enfrentarse a un cambio repentino en sus métodos de enseñanza (Marinoni et al., 2020). Sin mayor preparación, tanto estudiantes como profesores tuvieron que hacerle frente a la metodología virtual de enseñanza-aprendizaje. De esta manera, la contingencia sanitaria añadió un grado más de complejidad a la educación, particularmente en la región latinoamericana, donde las inequidades de acceso a las TICs para el buen desarrollo de la educación virtual son más marcadas (UNESCO, 2020).

El confinamiento estricto decretado por los gobiernos hizo que las escuelas y universidades cerraran, generando una migración hacia clases virtuales sin mayor preparación previa en la mayoría de los casos. Profesores y estudian-

38. gerso.veral@u.icesi.edu.co; Universidad ICESI

39. jersonsbo@gmail.com; Universidad ICESI

40. icuellar544@gmail.com; Universidad ICESI

tes se enfrentaron a una nueva realidad que se tuvo que afrontar con rapidez. Aunque ciertamente se encuentran puntos positivos de esta situación, la literatura sugiere que características propias de los individuos, en este caso los estudiantes, tales como rasgos de personalidad, contribuyen significativamente a que la educación virtual se pueda impartir de manera satisfactoria. Mediante una encuesta a 178 estudiantes que asistieron a sus clases virtuales durante la pandemia, se encontró que dos de los rasgos de personalidad, tales como meticulosidad y estabilidad emocional tienen una relación directa con el nivel de estrés que experimenta un estudiante en sus claves virtuales.

Así mismo, en cuanto a la relación entre la personalidad y estrés, solo se encontró que la estabilidad emocional está mediada por el conflicto estudio-familia, puesto que los estudiantes estables emocionalmente se adaptan mejor a entornos difíciles y cambiantes.

Palabras claves: personalidad, estudio, clases virtuales, conflicto estudio-familia, estrés.

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA EN EL SECTOR COSMETOLÓGICO DE BARRANQUILLA

Vivian Paola Picalúa Parra⁴¹; Diego Baez Palencia⁴²; Steffanya Carracedo Romero⁴³; Esthefany Mantilla Rico⁴⁴

Resumen

La globalización y el aumento del uso de internet son dos motivaciones importantes detrás de la transición del enfoque del marketing tradicional al marketing digital, transformando la forma de hacer negocios. A finales del 2021 había aproximadamente 25 millones de compradores en línea y más del 70% de la población usan internet en Colombia, aumento progresivo como consecuencia de la pandemia, la cual causó la migración de acciones en espacios virtuales. Tal situación trae consigo cambios en el comportamiento del consumidor, y oportunidades para posicionamiento de marca. En tal sentido, el propósito de este documento es comprender las relaciones existentes entre las acciones de marketing y el constructo marketing digital, que a su vez

41. vpicalual@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

42. sbaez@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

43. scarracel@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

44. emantilli@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

genera un influjo sobre el posicionamiento, consciencia y lealtad a las marcas. Se analizó una muestra de 147 empresas en Barranquilla. Se aplicó un modelo de ecuaciones estructurales parciales. Resultados mostraron significancia estadística para la relación entre las acciones de marketing y el marketing digital. Sin embargo, este último no presentó relación con la percepción de posicionamiento genérica y en plataformas digitales, pero si con la consciencia y lealtad de marca.

Esta investigación analiza la relación entre las acciones de marketing digital y el posicionamiento de las marcas. Los resultados mostraron que aquellas acciones de contenido y redes sociales son relevantes para la estrategia de mercadeo digital. Además, el uso de este tipo de marketing influye en la consciencia y lealtad de marca, pero no sobre el posicionamiento frente a competencia.

Palabras clave: Marketing digital, valor de marca, lealtad de marca, posicionamiento

ANÁLISIS SOBRE LOS RETOS DEL MACROENTORNO PARA LOS FUTUROS ADMINISTRADORES DE EMPRESAS: UNA MIRADA ACADÉMICA.

Nicol Julieth Rivera⁴⁵; Jair Alejandro Rozo Becerra⁴⁶

Resumen

El siglo XXI se ha caracterizado por el gran impacto de la globalización a nivel empresarial, trayendo cambios significativos en la función administrativa que repercuten directamente en la economía. Esto se ve reflejado en los diferentes índices macroeconómicos del país donde factores como la competitividad y el desarrollo social resultan un gran reto.

Las exigencias del nuevo panorama económico evidencian una alta demanda de competencias especiales para responder satisfactoriamente a las tendencias del mundo globalizado, mostrando la dificultad del ejercicio gerencial en el presente y futuro. Por esta razón, la presente investigación buscó determinar los retos de orden macroeconómico que se espera afronten los futuros administradores de empresas en los próximos 10 años, en coherencia con la

45. nicol.rivera@unicafam.edu.co; *Fundación Universitaria Cafam*

46. jair.rozo@unicafam.edu.co; *Fundación Universitaria Cafam*

visión de expertos académicos disciplinares.

Se empleó un diseño metodológico cualitativo de tipo fenomenológico en donde se destacan las perspectivas y experiencia de los expertos frente a los retos que deben afrontar los futuros administradores de empresas a nivel exógeno. Como hallazgos relevantes los retos sociales predominan debido a la importancia de la noción de responsabilidad social corporativa. Finalmente, se resaltan los desafíos macroeconómicos enfocados en la toma de decisiones desde una perspectiva global.

Palabras clave: Administración de empresas, macroeconomía, administrador y empresa.

ENFOQUE MULTIDIMENSIONAL DE LA RESILIENCIA ORGANIZACIONAL EN LA BANCA COMERCIAL. UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

Seydyss Garay Rodríguez⁴⁷; Alina Gómez Mejía⁴⁸

Resumen

La resiliencia de las organizaciones es un fenómeno de gestión estudiado en los últimos años como consecuencia de las crisis. En situaciones adversas, algunas organizaciones reportan resultados positivos y demuestran ser resistentes y fuertes, mientras otras se debilitan e incluso desaparecen del mercado financiero. Sin embargo, la información disponible sobre la gestión de crisis se centra en los resultados finales en términos de mercado o economía, pero no reflejan los procesos de toma de decisiones que dieron lugar a dichos resultados. De esta manera, se deja en un segundo plano a los comportamientos, tanto internos como del entorno de las organizacionales, que impactan en los resultados obtenidos durante la crisis. Por ello, se analiza investigaciones que sustentan la resiliencia bancaria –RB-

47. sgaray@javerianacali.edu.co; Universidad de los Llanos; Pontificia Universidad Javeriana, Cali

48. aligomez@javerianacali.edu.co; Pontificia Universidad Javeriana, Cali

con enfoque organizacional, en las dimensiones individual-grupal; sistémico y organizacional. Los estudios sobre resiliencia organizacional –RO- abordan estas dimensiones para explicar cómo las organizaciones responden ante las situaciones de crisis. Para Oshi et al. (2020), la RO es un “fenómeno socio técnico multidimensional” que analiza cómo los individuos, grupos y organizaciones se enfrentan a la incertidumbre. En este contexto, la investigación que proponemos pretende aportar a la sistematización de la resiliencia bancaria en las diferentes dimensiones organizacionales, para visualizar las estrategias resilientes de estas organizaciones en situaciones adversas

Este artículo consolida las investigaciones sobre resiliencia bancaria bajo el foco organizacional, con base en una revisión sistemática de la literatura publicada en los años posteriores a las crisis de 2009 y 2020, con el objeto de sintetizar los enfoques teóricos. En los resultados se consolidan un mayor grupo de publicaciones en la dimensión organizacional, pero se identifican diversos niveles o enfoques para el estudio de la resiliencia como fenómeno multidimensional.

Palabras clave: sector bancario; crisis bancaria; resiliencia organizacional; crisis económicas y financieras.

UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LAS PUBLICACIONES SOBRE LA RELACIÓN ENTRE INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES EN LATINOAMÉRICA

Generis Soto Polo⁴⁹; Danielle Pozzo⁵⁰

Resumen

Los países latinoamericanos, en su búsqueda constante de crecimiento y desarrollo, optan desde su gobernanza aplicar estrategias que les ayuden en el cumplimiento adecuado de sus objetivos trazados, dentro de estas estrategias está la de innovación, pero, aunque América Latina ha llevado muchas iniciativas para impulsarla, la región contribuye solo marginalmente a las actividades de innovación en todo el mundo, por lo que se hace necesario innovar para que la productividad de una nación aumente (Ketelhöhn & Ogliastri, 2013). En esta línea, la participación de las Pymes juega un papel fundamental, puesto que el crecimiento en América Latina actualmente tiene mucho que ver con el funcionamiento del emprendimiento de las Pymes (Gil-Ba-

49. gsoto@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

50. dnunez8@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

rragán y López-Sánchez, 2021, como se citó en Bianchi & Stoian, 2022). Si bien se reconocen las capacidades operativas de este tipo de empresas, estas capacidades no son suficientes para el alcance de la internacionalización, por lo que es indispensable germinar en capacidades dinámicas de gestión como las habilidades de gestión estratégica con el fin de expandirse en el mercado exterior (Bianchi & Stoian, 2022).

Partiendo de esta premisa que evidencia que la innovación y la internacionalización no son temas alejados del impulso empresarial en un tiempo cada vez más globalizado en el que las Pymes también forman parte, es por ello que nace esta investigación que busca analizar las publicaciones previas que involucren una relación entre la innovación y la internacionalización teniendo en cuenta que históricamente han sido estas diadas de manera independiente y que también no hay muchos aportes científicos de esta naturaleza en el contexto latinoamericano. La presente investigación tiene como propósito analizar el comportamiento de las publicaciones que asocian innovación e internacionalización de PYMES en el contexto latinoamericano. Para alcanzar este objetivo, fueron utilizadas las bases Scopus y Web of Science, resultando en la sistematización de los datos, de forma integrada, para identificación de tendencias y comportamiento histórico.

Palabras clave: Innovación, internacionalización, PYMES, análisis bibliométrico, Latinoamérica.

ESTUDIO SOBRE EL ESTADO DE LA INNOVACIÓN EN MERCADEO EN LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Maritza Arias Hernandez⁵¹; Jesús Enrique Beltrán Virgüez⁵²

Resumen

El cambio climático, el surgimiento de epidemias, los conflictos entre naciones, la crisis alimentaria, entre otros, las necesidades y los hábitos de los consumidores se han transformado, por lo que, para las empresas, en el caso específico del sector de los alimentos, representa un gran reto en la búsqueda de estrategias para la diferenciación, la competitividad y la conquista de nuevos mercados; es por eso que, dichos cambios, han hecho que la industria de los alimentos piense en crear nuevas opciones de productos nuevos o mejorados, lo que es entendido como “innovación”, allí las empresas centran sus esfuerzos por adicionar o reducir nuevos materiales o ingredientes, ser más naturales, desarrollar o mejorar sus empaques y tamaños, reducir sus im-

51. maritza.arias@uniminuto.edu; Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

52. jesus.beltran.v@uniminuto.edu; Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

pactos al medio ambiente, entre otros; pero para que estos nuevos desarrollos tengan éxito, no basta sólo con la creación o mejora del producto, en sí, sino que se hace necesaria la creación de estrategias que logren posicionar dicho producto en la mente y alacena de los consumidores, para esto surge: “la innovación en marketing”.

Frente a los grandes cambios en los hábitos de los consumidores, las empresas del sector de los alimentos, presentan un gran desafío en la búsqueda de estrategias para la diferenciación y la conquista de nuevos mercados; la innovación en marketing es una importante herramienta que busca mejorar la distribución de los productos, facilitar el acceso del consumidor al producto, crear nuevas experiencias, abrir nuevos mercados, fidelizar, crear nuevos conceptos de la marca, entre otros; el presente proyecto tiene como finalidad caracterizar el estado de la innovación en marketing de 74 empresas del sector de los alimentos de la ciudad de Bogotá, de manera que a través del ejercicio de investigación, se logren proyectar estrategias de fortalecimiento en innovación en marketing que busquen el crecimiento y la competitividad.

Palabras clave: Innovación, marketing, industria de alimentos.

INCIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN: UN ESTUDIO DE TRES EMPRESAS ANTIOQUEÑAS

Natalia Marin Tabares⁵³; Valentina Rendón Hernández⁵⁴

Resumen

Se ha demostrado que la velocidad con la que hemos explotado los recursos naturales no es la misma con que el dinero y los medios económicos logran contrarrestar o reponer el daño ambiental que estamos causando. (Brundtland, 1987). Para asegurar el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible promulgados por la ONU en la agenda 2030, se configuraron mundialmente unos compromisos empresariales que partieron de agrupaciones voluntarias para generar criterios de medición de la sostenibilidad empresarial en torno a variables ambientales, sociales y de gobernanza (ASG). (OCDE, 2004).

En el medio empresarial colombiano como en el académico existe un vacío de información sobre los procesos para la adopción y el acompañamiento a estrategias de sostenibilidad en las empresas, por su parte, las grandes empresas

53. nmarintl@gmail.com; Institución Universitaria de Envigado

54. vrendonh@correo.iue.edu.co; Institución Universitaria de Envigado

colombianas pertenecientes al Grupo Empresarial Antioqueño se consideran líderes y referentes para Latinoamérica en la gestión y medición de su sostenibilidad empresarial, sin embargo estas se acogen a principios de adopción voluntaria o a la medición que realizan reguladores internacionales.

A menudo, incluso para las grandes organizaciones es difícil justificar ante los grupos de interés que la implementación de prácticas de sostenibilidad puede estar asociada a unos mejores indicadores en la gestión, dado que su aplicación involucra en su mayoría acciones intangibles o cambios en los procesos internos que resultan costosos.

Esta investigación analiza la implementación de las estrategias de sostenibilidad en 3 empresas antioqueñas: Grupo Bancolombia, Nutresa y Grupo Argos entre el 2016 y el 2022 con el fin de analizar si sus estrategias de sostenibilidad han incidido en su gestión. Para demostrar lo anterior, el estudio se basa en la teoría del stakeholder, capacidades dinámicas y el valor compartido para comprender aquellos criterios que explican mejor la gestión, realizando un análisis desde un abordaje cualitativo de nivel descriptivo y utilizando el análisis documental y entrevistas en profundidad en las áreas de sostenibilidad de las empresas y algunos stakeholders.

Palabras claves: Sostenibilidad, gestión, estrategias, Antioquia.

ANÁLISIS DE FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS RURALES EN ÁREAS RURALES EN LOS ALREDEDORES DE LA PROVINCIA DE VÉLEZ, DEPARTAMENTO DE SANTANDER

Jenny Rocio Garcia-Rojas⁵⁵ Juan Felipe Reyes-Rodríguez⁵⁶

Resumen

Este estudio tiene como objetivo general analizar los factores críticos de éxito valorados según su nivel de importancia para el fortalecimiento de emprendimientos rurales en los alrededores de la provincia de Vélez en Santander, Colombia a partir del cumplimiento de dos objetivos específicos que son: explorar los factores críticos de éxito de los emprendimientos rurales y priorizarlos en los alrededores de la provincia de Vélez, departamento de Santander, de acuerdo con su nivel de importancia.

55. jen.garcia@mail.udes.edu.co; Facultad de Ingenierías, Universidad de Santander UDES.

56. jfreyrod@uis.edu.co; Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Universidad Industrial de Santander.

Lo anterior, será una herramienta para que metódicamente el emprendimiento se produzca de una manera lógica y planeada, aumentando la competitividad en los emprendimientos rurales, ya sean desde la pequeña o mediana unidad productiva, pasando por los pequeños, medianos y grandes negocios en la ruralidad del país, disminuyendo su tendencia a desaparecer en los primeros años. Finalmente, es importante indicar que a continuación, a lo largo del presente documento, encontrará el marco teórico que sustenta la presente investigación, posteriormente la metodología que indica el paso a paso de cómo se desarrolló. Finalmente, los resultados obtenidos a partir de una primera fase cualitativa y una fase cuantitativa para culminar con las conclusiones de la presente investigación.

La presente investigación se caracterizan los factores críticos basados en el modelo para el desarrollo del emprendimiento rural propuesto, posteriormente a través de una fase cualitativa mediante entrevistas con emprendedores de la región para explorar estos factores y posteriormente realizar el análisis cuantitativo mediante aplicación de encuestas, dichos resultados se incluyen dentro del modelo planteado que comprende cuatro dimensiones: el emprendedor, la idea, los recursos y el ambiente.

Palabras clave: emprendimiento rural, factores críticos, fortalecimiento del emprendimiento.

LA EDUCACIÓN FINANCIERA COMO ELEMENTO CLAVE DE LAS FINANZAS SOSTENIBLES

Camilo Andrés Martínez Delgado⁵⁷; María Nuvia Pardo Ortiz⁵⁸; Jhon González Cuervo⁵⁹

Resumen

La presente propuesta tiene como objetivo analizar el rol de la educación financiera desde los postulados teóricos de las finanzas sostenibles lo cual hace parte de la investigación denominada: “Diagnóstico de la educación financiera en estudiantes de grados 10 y 11 de Zipaquirá Colombia para el 2022”, para tal fin es pertinente referir que el abordaje de la investigación se realiza desde un enfoque metodológico cualitativo, con un alcance exploratorio basado en la revisión documental, analizando investigaciones nacionales e internacionales las cuales describen los impactos de la educación financiera en diferentes comunidades.

Posterior al análisis de dichos resultados, estos serán contrastados bajo los principales referentes teóricos de las finanzas sostenibles. Dentro de los principales resultados obtenidos ha sido posible encontrar que la educación fi-

57. camimartinez01@gmail.com; Fundación Universitaria del Área Andina

58. pardo.nuvia@uniagraria.edu.co; Fundación Universitaria Agraria de Colombia

59. jgonzalez273@areandina.edu.co; Fundación Universitaria del Área Andina

nanciera se convierte en un elemento relevante para fomentar la sostenibilidad y las finanzas sostenibles siempre y cuando esta se desarrolle bajo modelos de capacitación de largo plazo, con esquemas voluntarios y enmarcados hacia la generación de incentivos los cuales generen recordación y una constante aplicación de estos en el momento de toma de decisiones financieras.

Palabras claves: Educación financiera, finanzas sostenibles, desarrollo sostenible, Responsabilidad social

EL IMPACTO POSITIVO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LA PRÁCTICA DOCENTE HABITUAL DE UNA UNIVERSIDAD COLOMBIANA

Lina Sofía Valenzuela Dow⁶⁰; Henry Arley Taquez Quenguan⁶¹; Laura Romero Garcia⁶²

Resumen

La pandemia del COVID-19 cambió abruptamente el panorama de la educación en el mundo y el caso colombiano no fue la excepción. Esta investigación se sitúa como una mirada retrospectiva al capítulo de adopción tecnológica “forzosa” que vivió el país en marzo del 2020 cuando las clases de educación superior tuvieron que ser trasladadas abruptamente a una modalidad remota de emergencia. Este estudio cuantitativo comparó el uso y nivel de dominio de 25 diferentes tipos de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en profesores de una universidad colombiana en los años 2017 y 2022. Los resultados obtenidos muestran un aumento generalizado en el uso de re-

60. lvalenzuela@icesi.edu.co; Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad ICESI

61. hataquez@icesi.edu.co; Departamento de pedagogía, Escuela de Ciencias de la Educación, Universidad ICESI

62. lromero1@icesi.edu.co; Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad ICESI

cursos TIC en profesores de esta universidad. Además, las herramientas que más aumentaron en cuanto a su uso y su percepción de dominio fueron aquellas que favorecen la interacción y comunicación entre profesor-estudiante y estudiante-estudiante, tanto dentro como fuera del aula de clase (foros, herramientas de trabajo colaborativo, sistemas de respuesta en tiempo real y de creación de cuestionarios). Lo anterior evidencia una preocupación de los docentes por promover la comunicación, participación, interacción y el trabajo colaborativo en sus estudiantes, competencias relevantes para el mercado laboral actual. Por otro lado, a pesar de que la calidad de la educación remota es en ocasiones cuestionada, los profesores reportaron percibir que los objetivos de aprendizaje de sus clases fueron los que menos se modificaron durante la pandemia. Esta investigación contribuye al diseño de programas de formación docente dirigidos a incorporar recursos tecnológicos que enriquezcan las clases presenciales.

Palabras clave: Profesores universitarios, tecnologías de comunicación e información, adopción tecnológica, Colombia.

EXPERIENCIA DE USUARIO EN OMNISCANALIDAD PARA EMPRESAS DE RETAIL MODA CENTRO COMERCIAL ÚNICO COLOMBIA

Haiber Gustavo Agudelo Casanova⁶³; Andre Scott Ferrerira Escobar⁶⁴

Resumen

Esta investigación se realizó de acuerdo con los autores más respetados del Marketing, que hablan de omnicanalidad y experiencia de usuario, la omnicanalidad, entendida como un concepto que abarca la multicanalidad y que establece la integración de todos los canales para permitir una mejor experiencia del cliente y lograr el cierre de la venta.

La experiencia del cliente entendido como los momentos de verdad en la precompra, compra y poscompra, que le permite a la organización una relación de largo plazo con el consumidor.

Para esta investigación se tuvo en cuenta el instrumento UTAUT2 propuesto por Venkatesh et al. (2012), el cual se adaptó a las necesidades del contexto del Centro Comer-

63. gustavo_agudelo2@hotmail.com; Universidad de San Buenaventura

64. andrescottferreira@gmail.com; Centro Comercial Único

cial ÚNICO, y se incluyó un constructo adicional relacionado con la experiencia del cliente, se validó el instrumento de medición, obteniendo resultados excelentes, se probaron las hipótesis, y se evidenciaron resultados estables y adecuados ya que el ajuste del modelo de medida da cuenta de las correlaciones entre las variables del conjunto de datos y expone un ajuste significativo considerando como métrica los índices: CMIN/DF, CFI Y RMSEA, que plantea (Gaskin, 2016) CMIN/DF (>5 bajo, >3 aceptable, >1 excelente); CFI (0,95 excelente), RMSEA (0,05 excelente) y dio cuenta de la correlación entre las variables propuesto, posteriormente se presentó un modelo SEM (Modelo de ecuaciones estructurales), validando las hipótesis y encontrando un comportamiento similar en la experiencia de usuario en la omnicanalidad comparado con el comportamiento en otros países del mundo.

Palabras clave: Omnicanalidad, Multicanalidad, experiencia del cliente, análisis factorial exploratorio, análisis factorial confirmatorio, Modelo de medida y Modelo de ecuación estructurales.

EVOLUCIÓN COMPARATIVA DE LA SOCIEDAD DE INTERÉS COLECTIVO CON RELACIÓN A LAS MIPYMES EN COLOMBIA

Jorge Emilio Miranda Pinedo⁶⁵; Helga Ofelia Dworaczek Conde⁶⁶; Mauricio Novoa Campos⁶⁷

Resumen

Diferentes aspectos de la dinámica global estimulados por el desarrollo económico, indicadores sobre la desigualdad social e incidencia negativa sobre el medio ambiente, conducen a la adopción de medidas y seguimiento de actividades conjuntas, contribuyendo al mejoramiento colectivo de estas afectaciones. Actualmente, los 193 países de la Organización de las Naciones Unidas ratificaron la agenda 2030 conformada por 17 objetivos y 169 metas con visión a desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2018).

El presente documento realiza la identificación de las problemáticas que perciben las MiPymes para transformar su organización en sociedades comerciales de Beneficio e Interés Colectivo como estrategia organizacional responsable orientada al cumplimiento de la Agenda 2030.

65. jorgemiranda@usantotomas.edu.co; Universidad Santo Tomás

66. dir.mba@usantotomas.edu.co; Universidad Santo Tomás

67. dec.admonempresas@usantotomas.edu.co; Universidad Santo Tomás

La metodología abordada es mixta con un diseño de triangulación concurrente que integra normatividad, estadísticas y encuesta de percepción. El trabajo realiza un análisis histórico y normativo dando paso al abordaje estadístico de las empresas BIC en Colombia, posteriormente se diseña un instrumento de recolección de información permitiendo la medición de la percepción de los gerentes respecto a la transformación de su organización en sociedades BIC y el compromiso que tienen para aportar al logro de la Agenda 2030.

El estudio evidencia que para el 80% de las MiPymes las sociedades BIC son un concepto innovador en términos de fines y modos de gestión e incorporan los beneficios sociales, ecológicos y tributarios. La evolución de las BIC refleja una tendencia creciente a nivel mundial centrada en la integralidad y sostenibilidad, transformando el paradigma tradicional de beneficios empresariales. El actual contexto volátil y complejo ha obligado a los empresarios a transformar sus intereses en torno a la ética, transparencia, valores, innovación y digitalización. Se identifica que el principal beneficio es lograr que los dueños, directivos, empleados, clientes y otros grupos de interés aporten a la reactivación del ciclo económico y pierde importancia el valor del producto en relación con el posicionamiento de la imagen corporativa como socialmente responsable.

Palabras clave: Sociedad de interés colectivo, MiPymes, Sociedades comerciales.

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COSTOS EN MIPYMES DEL SECTOR DE MUEBLES DE MADERA DEL MUNICIPIO DE ARMENIA

Ivonne Caicedo Gonzalez⁶⁸; Lorena Ruiz Grisales⁶⁹; Nelly Carvajal Orozco⁷⁰

Resumen

En Colombia, la producción industrial de muebles ascendió a los 1.71 billones con un crecimiento del 0.94% para el 2017 empujado especialmente por el sector de la construcción en ciudades principales como son Bogotá, Medellín, Cali, y Barranquilla con un 40% de la producción nacional, actualmente existen aproximadamente 4.781 fabricantes de muebles, que contribuyen al sector industrial con el 1.44%, las más emblemáticas Jamar, Challenger, Plásticos Rimax, entre otros con conceptos más tradicionalistas (Pantoja, 2021). Este sector cada vez es más dinámico con un panorama o prospectiva potencial en el desarrollo productivo del país.

El Quindío es uno de los más importantes productores de muebles en el país, este es uno de los más relevantes renglones de la economía de la región, gran generador de ri-

68. icaicedog@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío;

69. lruiz@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

70. ncarvajal@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío;

queza y de empleo; muchos de los muebles producidos en el Quindío tienen mercado en el exterior, y una gran acogida en la nación. Por esta razón se está proponiendo crear una mesa especial de diseño, innovación y calidad del mueble en el Quindío, apoyada por las más destacadas instituciones del país, incluyendo las universidades. Para el año 2017, en el municipio de Armenia se registraron alrededor de 400 empresas del sector dedicadas desde la fabricación hasta la comercialización del producto, de estas la mayoría están registradas como empresas pequeñas como sociedades anónimas simplificadas, de igual manera un informe presentado por (Camara de Comercio de Armenia, 2021).

En tiempos de globalización, es necesario apoyar a las empresas en la utilización de herramientas que les permitan afrontar la toma de decisiones. El objetivo del presente trabajo es proponer el diseño de una herramienta para la gestión estratégica de costos en las Mipymes del sector industrial de madera y muebles de madera del municipio de Armenia. Un estudio descriptivo y mixto, con una muestra de 58 Mipymes, se aplicó un instrumento encuesta, además de visitas empresariales. Como resultado se identificaron características, actividades de la cadena de valor, inductores de costos, así como una propuesta de un aplicativo de GEC bajo la metodología ABC.

Palabras clave: Cadena de valor, inductores de costos, gestión estratégica de costos, mipymes, costos ABC.

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LA CALIDAD DE LAS COMPETENCIAS DEL DOCENTE UNIVERSITARIO: UNA APLICACIÓN EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CHOCÓ - DIEGO LUIS CÓRDOBA

Deison Palacios Palacios⁷¹; Janny Edinson Cordoba Rodriguez⁷²; Harlen Sirlein Beltran Moreno⁷³

Resumen

El estudio busca percibir la calidad de la competencia del docente universitario de la facultad de ciencias administrativas, económicas y contables de la UTCH. La metodológica abordó un paradigma positivista, bajo enfoque cuantitativo,

71. palaciosdeison@hotmail.com; Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luís Córdoba"

72. jannyedinson@hotmail.com; Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luís Córdoba"

73. d-harlen.beltran@utch.edu.co; Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luís Córdoba"

se utilizó un cuestionario de dos dimensiones: planeación y conducción del proceso enseñanza aprendizaje, compuesto por 25 ítems. El objetivo de la investigación es percibir la calidad de la competencia del docente universitario y se estructuró en cinco fases. La primera, conceptualización sobre universidad y sus funciones, competencia docente y evaluación del docente universitario. la segunda, métodos y materiales. La tercera muestra la estructuración del modelo de análisis; en la cuarta los resultados, finalmente, conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Calidad, docencia, cliente, organización, servicio.

DETERMINACIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LA INFLACIÓN EN COLOMBIA: UNA APROXIMACIÓN A TRAVÉS DE MODELOS VAR

Julián Ricardo López Hernández⁷⁴

Resumen

A dos años de la recesión económica provocada por la pandemia del coronavirus, la economía mundial enfrenta un nuevo revés: los niveles globales de inflación se han disparado, superando las metas inflacionarias de los bancos centrales y generando un ambiente de incertidumbre ante lo que parece el fin de un largo periodo desinflacionario iniciado, por lo menos en las economías desarrolladas, en la década de 1970 (Ha, Ivanova, Ohnsorge & Unsa, 2019, p.3). Pese a la reacción de los diferentes bancos centrales orientada a aumentar los tipos de interés como el principal instrumento de la política monetaria, el sistema de precios no parece responder a las expectativas del emisor, lo que puede explicarse tanto por el componente inercial o rezagado de la política monetaria como por la imbricación de diferentes presiones inflacionarias que parecen exceder el margen de acción de la autoridad monetaria en un esquema de metas.

74. jlopezhdez036@gmail.com; UNINPAHU Institución Universitaria

El trabajo indaga sobre los determinantes y el comportamiento de la inflación en Colombia, sugiriendo para ello una perspectiva crítica frente al denominado nuevo consenso macroeconómico en teoría monetaria, el cual no parece capaz de explicar la dinámica boyante de los saldos de cartera en medio de la continua intervención regresiva del banco de la república, y por tanto parece incapaz de explicar la persistencia del proceso inflacionario en el país y su carácter inercial ante las acciones del emisor. En este sentido el trabajo postula una interpretación deudora del marco teórico de la endogeneidad monetaria a la vez que se valida empíricamente a través de una modelación econométrica de Vectores Autorregresivos (VAR).

Palabras claves: inflación, agregados monetarios, saldos de cartera, endogeneidad monetaria, vectores autorregresivos.

¿ES POSIBLE ENTENDER LA INDUSTRIA DE FAST FASHION A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES?

Jesús Molina-Muñoz⁷⁵

Resumen

El fast fashion se ha convertido en un tema de especial interés en los últimos años para académicos y el sector privado, entre otras razones, por ser un modelo de negocio disruptivo e innovador. Los retos y avances que, en términos de mercadeo, supply chain y finanzas se han presentado, están acompañados de un creciente volumen de negocios. Para el año 2018, el sector de fast fashion tenía una tasa de crecimiento con una relación de cuatro a uno con respecto al resto de la industria de la moda (Stringer et al. 2020).

El auge del fast fashion ha estado acompañado de un volumen creciente de información disponible. Esto ha permitido que las técnicas de investigación basadas en la información que proporcionan las redes sociales hayan cobrado un papel cada vez más relevante.

Gracias al papel que los influenciadores y las figuras públicas juegan en las plataformas, surge la posibilidad de analizar industrias como el fast fashion tomando como base la

75. jesus.molina@urosario.edu.co; Universidad del Rosario, School of Management

información proporcionada por estos medios.

En este trabajo desarrollamos un análisis bibliométrico apoyado en técnicas de machine learning para estudiar la evolución de los productos académicos relacionados con el uso de redes sociales para analizar el fast fashion. Esto, para obtener insights de las rutas de investigación hacia futuro en esta temática.

Palabras clave: fast fashion, redes sociales, machine learning.

IMPLEMENTACIÓN DE LA AUTOMATIZACIÓN ROBÓTICA DE PROCESOS (RPA) EN AUDITORÍA INTERNA DE GRANDES EMPRESAS ANTIOQUEÑAS

Isabella Velásquez⁷⁶; Sofía Sepúlveda⁷⁷; Eduart Villanueva⁷⁸

Resumen

Entre los procesos organizacionales más importantes, encontramos la auditoría interna, que ha cambiado por las nuevas tecnologías como lo es la RPA; es por esto, que la adopción de la RPA requiere conocer las características que hacen que los procesos de auditoría sean aptos para ser soportados por RPA, su aprendizaje y su entrenamiento (Van der Aalst et al., 2018). Para dar respuesta a lo anterior, se hace necesario desarrollar un estudio de caso múltiple para identificar cuáles son las condiciones necesarias para implementar la RPA en el proceso de auditoría interna y sus lecciones aprendidas. Lo cual responde a los objetivos específicos de esta investigación que son: Identificar los procesos de auditoría interna en las empresas objeto de es-

76. ivelasque1@eafit.edu.co; Universidad EAFIT

77. ssepulvedp@eafit.edu.co; Universidad EAFIT

78. evillanu@eafit.edu.co; Universidad EAFIT

tudio; Caracterizar las aplicaciones actuales y potenciales de RPA en el proceso de auditoría interna de las empresas participantes; Analizar las lecciones aprendidas de la implementación de prácticas específicas de RPA en la adopción de procesos auditoría interna de las empresas escogidas.

Por ello, este estudio busca identificar las etapas y las lecciones aprendidas de la implementación de la RPA en la auditoría interna en grandes empresas de Medellín, a través de una investigación cualitativa de alcance descriptivo que empleará un estudio de caso múltiple y técnicas de recolección de información como la entrevista y el análisis documental. Los resultados de la investigación aportarán al desarrollo teórico de RPA en auditoría interna y factores claves de implementación de nuevas tecnologías.

Palabras clave: auditoría interna; automatización robótica de procesos; RPA; tecnologías de vanguardia.

CRITERIOS EXISTENTES EN LA DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE PROYECTOS ASOCIADO A ENFOQUE DIFERENCIAL ÉTNICO – CULTURAL EN EL SECTOR GANADERO, CASO DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO-COLOMBIA

Nadia Angelica Gisela León Castro⁷⁹; Claudia Gavilán⁸⁰

Resumen

El departamento del Atlántico es el principal referente de desarrollo en la región caribe colombiana y pese a que suele ser asociado al sector industrial y comercial, la ganadería es su principal actividad fuera del área metropolitana, 18 de los 23 municipios del departamento se dedican a esta actividad, según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi de las 331.000 hectáreas que lo conforman el 56,7 % es apto para actividades agropecuarias (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 2022) por este motivo se tomará como referencia el departamento para la validación de los criterios existentes en la dirección de equipos de proyectos.

79. cinpro@ul.edu.co; Corporación Universitaria Latinoamericana

80. cgaviland@pca.edu.co; Politecnico Costa Atlántica

La investigación buscaba la identificación de criterios en la dirección de proyectos que permitieran denotar la existencia del enfoque diferencial étnico cultural en el sector ganadero, implementando como principal referente el PMBOK de 2017, por medio de un análisis descriptivo, transeccional de campo, con un instrumento aplicado a un muestra intensional de dos proyectos vigentes del departamento del Atlántico, uno desarrollado por el sector privado y otro desarrollado con recursos generados del sector público, donde se logró evidenciar una relación más fuerte entre criterios asociados al liderazgo para la implementación del enfoque diferencial que en criterios de gestión de equipos.

Palabras clave: Gerencia de proyectos, equipos, enfoque diferencial étnico – cultural.

PROPIEDAD INTELECTUAL Y SISTEMAS DE INNOVACIÓN EN LA LITERATURA CIENTÍFICA INDEXADA EN SCOPUS (2001-2021)

Katty Barbosa Lugo⁸¹; Jenny Paola Lis-Gutiérrez⁸²; Martha García Samper⁸³

Resumen

El presente trabajo tiene como propósito establecer ¿cómo es la relación entre propiedad intelectual y sistemas de innovación definida en la literatura académica publicada en Scopus entre 2001 y 2021. Dentro de los objetivos específicos trazados se encuentran: (i) identificar los principales indicadores bibliométricos de la producción académica indexada en Scopus sobre propiedad intelectual y sistemas de innovación; (ii) describir las tendencias en investigación sobre propiedad intelectual y los sistemas de innovación; (iii) determinar a partir de un análisis de minería de texto, las principales relaciones entre propiedad intelectual y los sistemas de innovación. Se definió una investigación mixta (cuantitativa y cualitativa) con un alcance exploratorio y descriptivo. Con respecto al diseño del componente cuan-

81. kbarbosa2@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

82. e.jennypaolalis@go.ugr.es; Universidad de Granada / Universidad de la Costa -CUC-

83. mgarcia20@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

titativo, este es de corte longitudinal, no experimental e incluye tanto el análisis de tendencia. La parte cualitativa tiene un alcance descriptivo, su diseño es narrativo y está basado en la revisión documental de la literatura académica publicada entre 2015 y 2021. Para el análisis de los datos se recurrió al uso herramientas especializadas como Vos-Viewer, Tos y Bibliometrix.

A partir de este estudio fue posible identificar cuatro tendencias de referentes académicos empleados por los investigadores: (i) innovación y política económica; (ii) gestión de la innovación e innovación abierta; (iii) políticas de innovación e investigación; (iv) gestión y estrategia corporativa. Igualmente, la distribución de la producción científica en el campo fue de interés, considerando que China es el país líder con 56 trabajos, seguido de EEUU (39), Reino Unido (20), Canadá (17), Alemania (16), Brasil (13), India, Holanda, Suecia (13) (11), España (12), Australia e Irán (10). Finalmente, fue posible agrupar las diversas temáticas en motores (tecnología, innovación abierta); abordajes básicos o centrales (innovación, propiedad intelectual, derechos de propiedad intelectual, la tecnología de transferencia), emergentes (estudios regionales, estudios de casos, sistemas de innovación) y los temas de orden especializado o de nicho (gestión del conocimiento, licencias). Dentro de los temas centrales sobre los que se configura la investigación futura se encuentran: propiedad intelectual, la innovación abierta, transferencia de conocimiento y tecnología, en el marco de los sistemas de innovación.

Palabras clave: propiedad intelectual, sistemas de innovación, bibliometría, co-ocurrencia, ToS, Bibliometrix, Vos-Viewer.

TRADICIÓN FAMILIAR Y EMPRENDIMIENTO: UNA MIRADA DESDE EL CONTEXTO UNIVERSITARIO

Cristian Camilo Murcia Olarte⁸⁴; Miguel Angel Aguilar
Luna⁸⁵

Resumen

El objetivo de trabajo de investigación es describir el papel que puede llegar a tener la tradición familiar en la motivación, creación y desarrollo de nuevos emprendimientos en el contexto de estudiantes universitarios. El propósito del proyecto de investigación es identificar el factor que cumple la tradición familiar en la creación y desarrollo de un emprendimiento en el ámbito universitario, lo cual nos permite obtener una mirada de algunos factores, en este caso del contexto familiar, y como influencia en la motivación para crear una nueva empresa. Es importante el estudio de los elementos que incurren a la hora de crear un emprendimiento. Como afirma Jesús Lázaro (2014), cuando alguien se pregunta ¿Por qué emprender? El entorno juega un papel muy importante, en algunos casos puede repercutir en un esfuerzo mayor cuando no se tiene un ambiente ligado al emprendimiento o los factores externos están en una

84. cristianreyrko@hotmail.com; *Fundación universitaria Cafam*

85. miguelangelaguilarluna09@gmail.com; *Fundación universitaria Cafam*

posición pesimista. Es necesario conocer de qué manera pueden influenciar estos factores externos, en especial la tradición familiar y su repercusión en las motivaciones de un emprendedor universitario.

Lo esencial para abordar la tradición familiar y como incurre en ella el espíritu empresarial en universitarios, surge de la necesidad de potencializar un enfoque al emprendimiento familiar en los estudiantes universitarios, considerando que se pueden llevar a cabo algunos factores que faciliten la creación de algunos proyectos, o impulsar los mismos a la hora de realizarlos como lo apunta Ricardo Aparicio Castillo (2012), con ello podemos estudiar los comportamientos que tuvieron algunos emprendimientos en sus inicios. Al analizar el aspecto universitario con relación a el emprendimiento familiar nos hace reflexionar sobre cómo enfrentar los desafíos o problemas que enfrenta la sociedad en el desarrollo de sus proyectos.

Se llevó a cabo un diseño metodológico con enfoque cualitativo de corte narrativo, con la finalidad de recolectar y analizar la experiencia de estudiantes emprendedores de últimos semestres de una universidad privada de la ciudad de Bogotá.

Palabras clave: Emprendimiento, familia, empresa y universidad.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN DE TALENTO HUMANO PARA LA GENERACIÓN DE VALOR Y EL LIDERAZGO RESONANTE

Junior Baiano De Alba Castro⁸⁶; Sandra Milena Ravelo Rojas⁸⁷; Mauricio Junior Santamaria Ruiz⁸⁸; Reynier Israel Ramírez Molina⁸⁹

Resumen

En la presente etapa de cambio y postpandemia que están atravesando las organizaciones, se transforman los esquemas organizacionales, el talento humano es un activo vital para el desarrollo de una organización, logrando maximizar la obtención de utilidades por parte de las mismas a través de la correcta gestión del personal y consigo mismo lleva a la transformación del liderazgo partiendo de los liderazgos rígidos, autoritarios, hasta estilos de liderazgos más flexibles y visionarios, los cuales tienen un factor innovador necesario para afrontar y adaptarse a los cambios en el mercado

La investigación busca conocer la situación actual de la gestión del talento humano para la generación de valor y

86. jdealba4@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

87. sravelo1@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

88. msantama@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

89. rramirez13@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

el liderazgo resonante en las tiendas medianas de barrios de la ciudad de Barranquilla. Con una metodología cuantitativa, de tipo descriptiva, diseño de campo, transversal, no experimental y correlacional, utilizando como unidades de observación treinta y nueve (39) sujetos, pertenecientes al sector de tiendas de barrio. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario estructurado por treinta y seis (36) ítems, validado por el juicio de diez (10) expertos, con una confiabilidad de (0,91) de acuerdo con el coeficiente Alfa de Cronbach, siendo altamente confiable. El análisis de los datos se realizó mediante la codificación y tabulación utilizando el programa IBM SPSS Statistics V.22. De acuerdo con el resultado arrojado por el coeficiente de correlación de Spearman de 0,548 se indica que la variable objeto de estudio generación de valor tiene un grado de sociabilidad positiva frente el liderazgo resonante; la asociación de la variable es fuerte y positivas. Se concluye que existe un grado de sociabilidad fuerte y positivas, en la manera que se incrementa la generación de valor, se incrementa de igual forma la efectividad del liderazgo resonante en las tiendas de barrios de la ciudad de Barranquilla.

Palabras clave: gestión del talento humano, generación de valor, liderazgo resonante.

APLICACIÓN MÓVIL (APP) “GOING MARKET” DE LA UNIVERSIDAD DEL SINÚ SECCIONAL CARTAGENA DE INDIAS COLOMBIA

Pedro Funez⁹⁰; Rafael Ugarriza⁹¹; Alexander Gary Gary⁹²

Resumen

Teniendo en cuenta que se hace busca apalancar, rescatar y actualizar las ventas “puerta a puerta” efectuadas por Vendedores Informales o Pequeños Vendedores Ambulantes de las tres (3) localidades del Distrito de Cartagena de Indias como una estrategia que permita contribuir al rediseño de los procesos de la economía barrial y la mitigación de la propagación del Covid-19. La Escuela de Administración y Negocios Internacionales en el marco de su responsabilidad misional ha implementado la iniciativa denominada: “Going Market” para apoyar pequeños procesos de reactivación de la economía de esos vendedores informales, principalmente que hoy necesitan recuperar nuevamente un capital de trabajo.

En consecuencia, se ha considerado la creación de la Aplica-

90. pedrofunezg@gmail.com; Universidad del Sinú Cartagena

91. rafaelugarriza@unisinu.edu.co; Universidad del Sinú Cartagena

92. dirnegocios@unisinucartagena.edu.co; Universidad del Sinú Cartagena

ción Móvil (APP) “Going Market” de la Universidad del Sinú seccional Cartagena, la cual pretende generar un Mercado Digital a través del cual los vendedores informales puedan ofertar sus productos de una manera ágil y competitiva; brindando la oportunidad a los consumidores de adquirir los productos ofertados en la puerta de su vivienda, sectorizados en las tres (3) localidades del Distrito de Cartagena de Indias, bajo los más estrictos protocolos de seguridad e higiene.

“Going Market” Es una ciudad inteligente, sostenible e innovadora diseñada para satisfacer las necesidades económicas, sociales y ambientales de las generaciones actuales y futuras. Asimismo, es atractivo para ciudadanos, empresarios y trabajadores teniendo en cuenta que crea un espacio más seguro, mejores servicios y un entorno innovador que fomenta soluciones creativas, creación de empleo y reducción de la desigualdad.

Palabras clave: App going market, vendedores, compras, informalidad, Cartagena.

MODELO DE MEDICIÓN PARA PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN AGROEMPRESAS: EL CASO DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA

Wilfred Fabian Rivera Martinez⁹³; Laura Isabella Acevedo Quintero⁹⁴; Didier Ruben Cordoba Lozada⁹⁵

Resumen

La investigación surge dada la necesidad de estructurar herramientas que posibiliten la medición y evaluación de proyectos de innovación en empresas de escala micro y pequeña -MIPE-, en contextos particulares como los del departamento del Cauca. Si bien son numerosos los estudios acerca de la importancia de desplegar proyectos de innovación en las empresas y sus consecuentes efectos en la competitividad territorial; estos estudios se concentran en los análisis de la mediana y gran empresa.

La medición de la innovación y sus efectos es un tema de creciente interés en las ciencias administrativas; buena parte de los estudios de caso empresariales se realizan sobre grandes empresas con resultados probados en nuevos

93. wilfred.rivera@cdtcreatic.com; Investigador principal del Centro de Desarrollo Tecnológico CreaTIC

94. lauraisabellaacevedoquintero15@gmail.com; Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

95. cidecauca@unimayor.edu.co Maestría en dirección de proyectos, Institución Colegio Mayor del Cauca

productos con innovaciones radicales. Esta investigación asume el reto de estructurar un modelo de análisis y evaluación de proyectos de innovación, en donde, los instrumentos citados en la literatura académica se adaptan a las particularidades de la MIPE. Metodológicamente se realiza un muestreo dirigido con 54 empresas MIPE caucanas que permitió la configuración de un modelo probado con proyectos de innovación que fueron evaluados con el instrumento generado.

Palabras clave: Innovación, micro y pequeñas empresas, desarrollo empresarial.

MARKETING DIGITAL: HERRAMIENTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR FERRETERO EN COLOMBIA

Adriana Diago⁹⁶

Resumen

El sector ferretero al igual que otros se vio perjudicado por la pandemia del COVID 19, dando paso a otras alternativas de ventas que permitieran seguir sus actividades y sostenerse en el mercado. Dadas estas circunstancias muchos sectores incluido el sector ferretero, se adaptaron a los nuevos cambios para continuar operando sus negocios de la mejor manera. (Ponce de León, 2020). A través de esta investigación se realiza un análisis de las estrategias de marketing digital utilizadas por las MiPymes ferreteras de Colombia, las cuales presentan rezagos frente a los cambios digitales producto de la poca actualización, desconocimiento e inexperiencia en el uso de estas herramientas, por ello su bajo nivel de ventas online, lo que ha ocasionado bajo posicionamiento digital e incrementar las ventas (p. 3). En Colombia, las ferreterías representan uno de los sectores económicos más dinámicos, aportan el 2,5% de PIB, gene-

96. adiago@unimayor.edu.co; *Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca*

ra casi 450.000 empleos/año. Las organizaciones debido al Covid 19 adaptaron sus estrategias de marketing empleando herramientas digitales.

Esta investigación corresponde a una monografía de tipo documental, cuyo objetivo fue, abordar el marketing digital como herramienta para el posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas del sector ferretero en Colombia. Se buscó profundizar y estudiar elementos que contribuyan al posicionamiento por medio de herramientas online, brindando fundamentos suficientes para diseñar estrategias encaminadas a generar comunicación, interacción, creación de imagen etc. Las variables analizadas fueron tres: La relación o vínculo entre el marketing digital y el posicionamiento, la influencia de estas dos variables en las pymes del sector ferretero en Colombia, incidencia en ventas y posicionamiento; y las herramientas del marketing digital.

Esta investigación se realiza a partir del análisis sistémico de literatura, del concepto de marketing digital como herramienta para posicionamiento y cómo influye en el posicionamiento, con estos hallazgos se proponen acciones estratégicas para implementar marketing digital. Se concluye el marketing digital como herramienta de comunicación bidireccional que facilita el posicionamiento, sobre todo a través de redes sociales.

Palabras clave: Marketing, diferenciación, preferencia de marca.

GESTIÓN DEL CAMBIO: UN ESTUDIO EN LA INDUSTRIA CREATIVA Y CULTURAL DE COLOMBIA

Maria Escobar⁹⁷; Danielle Pozzo⁹⁸; Nathan Polo⁹⁹

Resumen

El cambio organizacional adquiere relevancia a medida que las empresas invierten en constantes procesos de transformación para lograr mejoras y aumentar su competitividad en el mercado. Sin embargo, “aunque los cambios sean necesarios y frecuentes, su nivel de éxito es bajo” (Lima y Philippis, 2019, p. 61). Por lo tanto, las organizaciones deben contar con técnicas adecuadas de gestión del cambio para garantizar el éxito en su implementación. De esta forma, la gestión del cambio es una práctica de gestión para orientar los procesos de transformación al interior de las organizaciones que busca reducir la resistencia al cambio que se produce en los procesos de transformación organizacional (Mac Carte y Fariña, 2021, p.1.). Entre las propuestas recientes para explicar y apoyar la implementación de la gestión de cambio se encuentra el índice de gestión del cambio estratégico, como un indicador que mide el nivel de madu-

97. maclaesto@gmail.com; Universidad de la Costa -CUC-

98. dnunez8@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

99. npolo8@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

rez de las organizaciones para enfrentar procesos de cambio organizacional (Mac Carte y Fariña, 2021). Este modelo fue aplicado a una muestra de 151 empresas, en su mayoría chilenas, sin embargo, se requieren de más estudios para reforzar la validez del modelo, como la aplicación del mismo, en sectores y países distintos. En general, las organizaciones operan en entornos complejos, dinámicos e impredecibles, por lo que las técnicas adecuadas de gestión del cambio son indispensables para la implementación exitosa de procesos de transformación (Anunciação y Geada, 2021). En particular, las organizaciones pertenecientes a la Industria Creativa y Cultural (ICC) no son ajenas a esta situación, por la dinámica de esta industria, deben preocuparse por contar con un nivel de preparación adecuado en torno a la gestión del cambio.

Las organizaciones pertenecientes a la industria creativa y cultural operan en entornos complejos, dinámicos e impredecibles. En este sentido, es indispensable para estas organizaciones contar con un nivel de preparación entorno a la gestión del cambio para garantizar el éxito en sus procesos de transformación. Esta investigación pretende medir con base en el índice de gestión del cambio estratégico desarrollado por los autores Mac Carte y Fariña (2021) los niveles de madurez de las organizaciones de la industria creativa y cultural de Colombia para gestionar los procesos de cambio.

Palabras clave: gestión del cambio, industria creativa, industria cultural.

MODELO DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO MOGERSO BASADO EN LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR.

Herliz Juliana Romo Londoño¹⁰⁰; Telló Castrillon Carlos¹⁰¹;
Luis Alberto Orobio Andrade¹⁰²

Resumen

La RSO en su evolución ha pasado de acciones puntuales de responsabilidad a ser una categoría transversal en la gestión de la organización; es decir que la RSO sugiere estar contemplada en las actividades de la cadena de valor, las cuales abordan temas de infraestructura, talento humano, desarrollo de tecnología, abastecimiento, logística de entrada y salida, operaciones de transformación, mercadeo y seguimiento a clientes, todas estas actividades que gestionadas de manera responsable conllevan al cumplimien-

100. herlizjromo@gmail.com; Universidad Santiago de Cali

101. catelloca@unal.edu.co; Universidad Nacional de Colombia

102. famorsa@gmail.com; Universidad Nacional de Colombia

to de los objetivos de la organización a la vez que generan valor para sus grupos de interés (GI). La incorporación de acciones responsables en la estrategia es impulsada especialmente por el sector empresarial (en su mayoría grandes y medianas organizaciones), en este sentido las pequeñas organizaciones (especialmente fundaciones de orden social) más que sujetos activos en prácticas de RSO, han sido abordadas como medio para el desarrollo de la RSO de medianas y grandes organizaciones, generalmente bajo actividades de bienestar social que impactan sus comunidades. Esto no solo porque las pequeñas organizaciones no realicen actividades per se, sino porque para algunas existe un desconocimiento o una concepción reducida de la RSO y sobre todo del enfoque estratégico que puede tener.

Por lo anterior, la investigación propone un modelo de responsabilidad social para organizaciones sin ánimo de lucro, incorporando la RSO como eje transversal a la gestión organizacional. Este se desarrolla sobre la base del enfoque de creación de valor compartido contextualizado en organizaciones sin ánimo de lucro, orientadas al bienestar social, que les permita impactar positivamente a sus GI desde una visión holística de la RSO. Los resultados presentados son parte del trabajo de investigación “La responsabilidad social organizacional como categoría transversal a la gestión en organizaciones sin ánimo de lucro: caso Fundación Diocesana Carmelitana Banco de Alimentos Palmira” (Romo Londoño, 2017)

Se emplea una metodología mixta y un tipo de estudio exploratorio y descriptivo, se revisa literatura, se diseña un instrumento con ocho aspectos relevantes de la RS, que

permiten diagnosticar la cadena de valor, caracterizar las expectativas de los grupos de interés de la organización y, finalmente, se proponen los elementos básicos para la formulación de estrategias. Se concluye que la RS es una categoría transversal en la gestión de organizaciones articulada con la Cadena de Valor.

Palabras clave: Responsabilidad Social Organizacional, Valor Compartido, Grupos de Interés, Estrategia, Organizaciones sin ánimo de lucro, Cadena de Valor.

MEDIDAS PREVENTIVAS QUE ADOPTÓ UN GRUPO DE DOCENTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE BOGOTÁ FRENTE A LOS RIESGOS ERGONÓMICOS DURANTE EL TRABAJO EN CASA

Natalia Girón¹⁰³; Laura Rosero¹⁰⁴

Resumen

El trabajo en casa es una modalidad laboral que dio a conocer sus ventajas y desventajas mientras servía como una de las soluciones del momento para mermar el impacto económico que ocasionó la pandemia del Covid-19 en Colombia, las cifras de FASECOLDA (2020) dicha modalidad de trabajo dejó a dos millones de personas laborando bajo las condiciones que ofrecía. De ahí que sea importante el conocer todos los aspectos jurídicos del trabajo en casa y su incidencia en el bienestar de las personas. El decreto 1477 del 2014 ayuda a identificar qué factores podrían afectar en el ambiente laboral colombiano, que actualmente cuenta con una tendencia a la exposición de riesgos de tipo ergonómicos, pues de acuerdo con Pino y Ponce (2021) entre

103. natalia.giron@unicafam.edu.co; Fundación Universitaria Cafam

104. laura.rosero@unicafam.edu.co; Fundación Universitaria Cafam

2015 y 2017 el 86,3% de las enfermedades laborales en Colombia estuvieron asociadas al sistema osteomuscular, al tejido conectivo y al sistema nervioso.

El estudio buscó analizar las medidas de prevención ergonómicas que adoptó un grupo de docentes de una universidad privada de Bogotá durante el desarrollo de sus actividades en modalidad de trabajo en casa para el período académico 2021-2. Se implementó un enfoque cualitativo que permitió estudiar los comportamientos de las personas desde un contexto particular; empleando una estrategia de muestreo no probabilístico intencional, los datos generados se analizaron mediante el uso de Atlas Ti. Finalmente, se logró concluir que la inversión en insumos ergonómicos fue una de las principales medidas de prevención, junto con la realización de pausas activas.

EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN EL SECTOR RURAL EN COLOMBIA

Manuel Pérez Vásquez¹⁰⁵

Resumen

En Colombia, la Política Nacional de Emprendimiento en Colombia, tiene como propósito central, el habilitar las condiciones para la generación de nuevos negocios que generen el aumento del empleo, mayores ingresos en la población e incrementos en la productividad e internacionalización empresarial (CONPES 4011, 2020). En ese sentido, esta política, esta direccionada a todos los sectores económicos, y de ella se desprenden diversas iniciativas para fortalecer el emprendimiento en las ciudades y a nivel rural, en consideración a este último, es relevante las iniciativas gubernamentales denominadas Oportunidades Rurales, Alianzas Productivas y Campo Emprende. Sin embargo, aún persisten barreras o dificultades de tipo coyuntural y estructural, en los temas del uso del suelo, comercialización, asociatividad, tecnología, innovación, institucionalidad, financiamiento y cultura para el emprendimiento, entre otros aspectos.

En el presente artículo, tiene como propósito central, el examinar los aspectos relacionados con las políticas nacio-

105. leito3009@hotmail.com; Universidad del Sinú - Elías Bechara Zainún (Sede Montería)

nales de emprendimiento y el establecer, si éstas realmente posibilitan las condiciones del ecosistema emprendedor en el sector rural para que haya un mayor nivel de productividad agropecuaria y el consecuente incremento de los ingresos en la población rural.

Si la Política Nacional de Emprendimiento en Colombia, posibilita las condiciones del ecosistema emprendedor en el sector rural, se hace una exposición de las características e importancia de la Política Nacional de Emprendimiento, abordando de manera particular, el tema del emprendimiento a nivel rural e identificando sus elementos claves, así como también, sus barreras de tipo coyuntural y estructural en los temas del uso del suelo, comercialización, asociatividad, tecnología, innovación, institucionalidad, financiamiento y cultura para el emprendimiento. En la discusión, se plantea, que es viable un nuevo marco normativo en los lineamientos de la política nacional de emprendimiento rural.

Palabras claves: Emprendedor, rural, política, ecosistema.

IMPACTO DE EMPRENDIMIENTOS CREADOS EN 2020, Y SU APORTE AL CRECIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR

Luis Enrique Schneider Palomino¹⁰⁶; Alex Abrahan Barrios Romero¹⁰⁷

Resumen

Con la declaración de pandemia a nivel mundial en marzo de 2020 a causa del Covid-19 comenzaron las dificultades económicas para muchos negocios debido a que las cuarentenas empleadas por el gobierno nacional de Colombia para frenar el avance del virus obligaron a los clientes a permanecer en casa. En ese contexto, no está del todo claro cuáles fueron las consecuencias en términos de empleo y crecimiento económico para el departamento de Bolívar respecto los nuevos negocios creados en ese año. Es por esto que se plantea una investigación que describe los proyectos que surgen a raíz de las dificultades propias causadas por el confinamiento obligatorio, y que, desde la innovación, la creatividad y la búsqueda de soluciones disruptivas, brinden alivio económico e impacto social a la población de influencia, permitiendo así, ser solución a pro-

106. luis.schneider@unisinu.edu.co; Universidad del Sinú - Elías Bechara Zainún

107. Alex.barrios@uniminuto.edu; Corporación Universitaria Minuto de Dios

blemas identificados, pero también aportante de empleo y desarrollo con crecimiento sostenible en el tiempo. Los resultados apuntan a que los emprendimientos identificados se mantienen en términos de rentabilidad y aportan al crecimiento económico del departamento, entendiendo que, a pesar de las dificultades, los emprendimientos con adaptabilidad a los cambios suelen ser exitosos.

Palabras Clave: Nuevos emprendimientos, Covid-19, Bolívar, impacto económico.

ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA FORTALECER EL EJERCICIO VEEDOR DE LA CONTRALORÍA DE YUMBO BAJO CONVENIO UNIAJC

Piedad Fernanda Machado Santacruz¹⁰⁸; Julian Cocuy Espinosa¹⁰⁹

Resumen

El proyecto de investigación: Sistematización de experiencias de convenio marco de cooperación entre la Contraloría Municipal de Yumbo y la Institución Universitaria Antonio José Camacho, para la capacitación y asesoría en el fortalecimiento del ejercicio veedor de la comunidad del municipio (2020-PI-0521), avalado y patrocinado por la Institución Universitaria Antonio José Camacho y la Contraloría Municipal de Yumbo, el cual fue aprobado mediante Resolución de la UNIAJC No. 116 de febrero 8 de 2021: Por medio de la cual se da aval y se asigna presupuesto a unos proyectos de investigación de la UNIAJC, aborda temas como la veeduría ciudadana mediante la cual la población, como uno de los elementos principales que conforman el Estado, tiene

108. pmachado@admon.uniajc.edu.co; Institución Universitaria Antonio José Camacho

109. jcocuy@admon.uniajc.edu.co; Institución Universitaria Antonio José Camacho

un papel crucial en todos los ámbitos y le compete directamente todas las decisiones tomadas por esta organización; por lo tanto, que la población se involucre activamente en el proceso de la toma de decisiones es completamente natural e inevitable (Arboleda, Cuellar, & Chantre, 2021).

El presente escrito propone una estrategia pedagógica que fortalezca el ejercicio veedor de la comunidad y que contribuya al desarrollo de los proyectos futuros en el convenio de cooperación entre la Contraloría Municipal de Yumbo y la Institución Universitaria Antonio José Camacho, desde un tipo de estudio descriptivo y exploratorio, con un enfoque mixto como método de investigación, encontrándose que es necesario reforzar y ampliar los conocimientos desde lo teórico a los veedores y a la ciudadanía en general para ejercer con mayor eficiencia la labor como veedores de la gestión pública, realizándose un diplomado para fortalecer sus dinámicas, como se documenta en el proyecto de grado: Propuesta de estrategia pedagógica para fortalecer el ejercicio veedor y el desarrollo de proyectos futuros en el convenio de cooperación entre la Contraloría Municipal de Yumbo y la Institución Universitaria Antonio José Camacho de la estudiante semillerista Maira Alejandra González Caicedo, dirigido por el profesor Julián Cocuy Espinosa.

Palabras clave: Veeduría, control social.

EL BANCO DE ALIMENTOS DE ZIPAQUIRÁ. UNA PERSPECTIVA HOLÍSTICA DE ECOSISTEMA DE SERVICIO

María Catalina Gonzalez¹¹⁰; Marcos Ferreira¹¹¹

Resumen

La alimentación es un derecho, como se contempla en el artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. La seguridad alimentaria no consiste solamente en acceder a alimentos, sino que existe cuando todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico y económico a alimentos suficientes, seguros y nutritivos que cubren sus necesidades dietéticas y preferencias alimentarias para una vida activa y saludable (FAO, 2006).

Los esfuerzos por erradicar el hambre en el mundo y en Colombia siguen siendo insuficientes. La FAO (2022) estima que 7,3 millones de colombianos viven en inseguridad alimentaria. A estas cifras se suman las pérdidas y desperdicios de alimentos. En Colombia, anualmente se pierden un total de 9.76 toneladas de alimentos (Tapia & López, 2020). Los bancos de alimentos hacen el servicio de rescate de alimentos de donantes y la redistribución a poblaciones en condición de vulnerabilidad alimentaria.

110. maria.gonzalez2@unisabana.edu.co; Universidad de La Sabana

111. marcos.ferreira@unisabana.edu.co; Universidad de La Sabana

La diócesis de Zipaquirá creó en 2016 la Fundación Banco de Alimentos de la Diócesis de Zipaquirá [BADIZI]. El BADIZI atiende a aproximadamente 2.000 familias vulnerables de 16 municipios de Cundinamarca. Durante sus años de operación, se ha consolidado. No obstante, las directivas muestran un gran interés por fortalecer sus relaciones para asegurar la recepción suficiente de alimentos y, por lo tanto, la sostenibilidad operativa (comunicación personal, L. Plata Joya, 15 de abril de 2021).

Este estudio tiene como objetivo caracterizar las relaciones entre los actores involucrados en la operación del Banco de Alimentos de la Diócesis de Zipaquirá [BADIZI], con miras al fortalecimiento de la sinergia y la co-creación de valor entre ellos. Para alcanzar el objetivo, se propone un análisis desde la perspectiva teórica de ecosistema de servicio. El abordaje metodológico es cualitativo, de tipo descriptivo y exploratorio. Los hallazgos presentan la imagen de un sistema dinámico y abren paso a futuras investigaciones que permitan no solo explorar sino ejecutar acciones para el fortalecimiento de las relaciones y sostenibilidad de la institución.

Palabras clave: Ecosistema de servicio; Banco de Alimentos; Innovación.

IMPACTO DEL APRENDIZAJE EXPERIENCIAL: INTEGRANDO EL EMPRENDIMIENTO Y LA SOSTENIBILIDAD MÁS ALLÁ DEL AULA

Yonni Angel Cuero Acosta¹¹²; Ana Maria Aldana Serrano¹¹³;
Merlín Patricia Grueso Hinestroza¹¹⁴

Resumen

En la búsqueda de diseñar experiencias significativas en el aula, profesores del área de la administración y de las ciencias naturales de la Universidad del Rosario, desarrollaron un ejercicio colaborativo, en el marco de un curso basado en los principios del aprendizaje experiencial, con el fin de conectar los conceptos provenientes del análisis del contexto económico con la realidad de una determinada región y vislumbrar el impacto que se puede lograr desde la academia.

De esta manera, en la especialización de Gerencia de Empresas, de la Escuela de Administración de la Universidad

112. yonna.cuero@urosario.edu.co; Escuela de Administración, Universidad del Rosario

113. anama.aldana@urosario.edu.co; Grupo Mutis, Vicerrectoría, Universidad del Rosario

114. merlin.grueso@urosario.edu.co; Directora Científica UR STEAM, Directora Centro de Estudios en Igualdad, Movilidad Laboral y Social, Universidad del Rosario

del Rosario (UR), existe el curso Contexto Económico y Global (CEG), siendo uno de los propósitos de aprendizaje “desarrollar la noción del contexto económico y global que rodea a las empresas desde la perspectiva crítica e interdisciplinar”. En este sentido, el profesor a cargo del curso en conjunto con otra profesora de la Escuela de Administración, discutieron sobre la forma como el aprendizaje experiencial, puede convertirse en un enfoque que, además de las experiencias en el aula, también involucre el contexto real de las empresas y tenga en cuenta las necesidades de sostenibilidad que una región geográfica puede enfrentar.

Este artículo presenta los resultados de un experimento en el aula, basado en los principios del aprendizaje experiencial y desarrollado con estudiantes de especializaciones en el campo de la Administración, en la Universidad del Rosario. Aplicando varias estrategias se desarrolló un ejercicio que articulaba emprendimiento de negocios desde una perspectiva de sostenibilidad. Adicional a lo anterior, se empleó la estrategia de co-teaching, con el fin de crear un aprendizaje significativo a nivel de posgrado. Aunque muy preliminares, los resultados de este ejercicio muestran que la importancia de tener un enfoque interdisciplinar en la docencia en las escuelas de negocios.

Palabras claves: Aprendizaje Experiencial, co-teaching, emprendimiento, sostenibilidad.

EL ESCENARIO DE PANDEMIA Y LA RECONFIGURACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Diego Fernando Chavez Narvaez¹¹⁵

Resumen

El estudio desarrollado centra su atención en el efecto que la pandemia Covid 19 tuvo frente al desarrollo de la práctica docente, la cual debió adaptarse al nuevo contexto educativo, teniendo como base las exigencias y necesidades del mismo. El proceso de estudio se lleva a cabo a partir de una metodología cualitativa de corte descriptivo, generando un proceso en el cual las vivencias y situaciones en las que están involucrados los docentes y estudiantes se convierten en pilar fundamental de estudio. De esta manera, se identifican las perspectivas acerca de las prácticas que los profesores aplican dentro del desarrollo de los procesos de enseñanza y la forma en que ha cambiado la manera en que se imparte el conocimiento, revisando la adaptabilidad a esta nueva modalidad formativa sustentada en el entorno digital.

La ponencia centra su atención en el análisis de los cambios que ha ocasionado el aislamiento preventivo, a partir

115. dchavez@unimayor.edu.co; Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

de la pandemia Covid-19, en el desarrollo de las prácticas docentes de una institución de educación superior pública de Popayán – Colombia, teniendo como base la percepción de docentes y estudiantes frente al uso de diversos recursos y herramientas tecnológicas para la gestión de las dinámicas de enseñanza y aprendizaje. El proceso de estudio se lleva a cabo a partir de una metodología cualitativa de corte descriptivo, a través de la cual se identifica aquellos elementos que más allá de la tecnología afectaron las múltiples dinámicas del proceso educativo.

Palabras clave: educación, prácticas docentes, enseñanza y aprendizaje.

ALCANCE DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TRANSPORTE 2016-2019 EN LA ACTUALIDAD DE BARRANQUILLA

Isaurys Salas Hernandez¹¹⁶; Eduardo Salazar Araujo¹¹⁷

Resumen

El transporte ha representado uno de los pilares fundamentales más importantes dentro de las sociedades modernas. Ha sufrido unos largos procesos de cambio y evolución a través de los años, principalmente por dos motivos, en primer lugar, por las exigencias por parte de la población de obtener un servicio que sea eficaz, siempre lo que se busca son mejores condiciones de movilidad comercial e individual, que permitan unas redes de comunicación y relación de los usuarios y habitantes con todos los puntos de la ciudad y sus alrededores, siendo así indispensable para sus habitantes. (Muriel, 1983); segundo el desarrollo de este sistema siempre ha representado un foco de intervención, actuación e inversión para el Estado, es decir, el transporte ha sido parte integral de la política económica estatal, que se ha encargado de articular en forma funcional a los puertos, líneas férreas y caminos o carreteras, su impacto en el desarrollo económico nacional y en el crecimiento urbano

116. isaurysalas17@gmail.com; Universidad Simón Bolívar

117. esalazar4@unisimonbolivar.edu.co; Universidad Simón Bolívar

es innegable. (Montoya, 2001)

Este trabajo de investigación se propone analizar el alcance de la política pública de transporte en Barranquilla durante el periodo de gobierno (2016-2019) y su incidencia en el devenir del contexto actual de la ciudad. Para ello se realizó un análisis de contenidos, así como también se aplicó una encuesta cerrada a 120 usuarios del transporte urbano con el ánimo de conocer su percepción acerca de la movilidad urbana en la ciudad de Barranquilla. Los datos obtenidos fueron procesados con el software de analítica de datos N-Vivo V12, en el análisis de contenidos y SPSS V25 para el caso de las encuestas, arrojando como principal resultado que en los últimos 12 años, los efectos de la política pública de transporte en la ciudad de Barranquilla, han impactado favorablemente la movilidad de los ciudadanos, como conclusión el estudio arroja que a pesar de los avances, la inversión en infraestructura de transporte debe seguir fortaleciéndose y evolucionando de acuerdo a las tendencias globales hacia ciudades sostenibles, y conforme a la dinámica de crecimiento de la ciudad.

Palabras clave: Transporte Público; Movilidad Urbana; Ciudades Sostenibles; Política Pública.

FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS RURALES, ADAPTABLE AL CAMBIO CLIMÁTICO CON ENFOQUE DIFERENCIAL EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO

Nadia Leon¹¹⁸; Elianis Bolivar¹¹⁹; Mario Guzman¹²⁰

Resumen

El financiamiento de la actividad agropecuaria es fundamental para el desarrollo de la economía en el departamento del Atlántico, si bien la industrialización es importante, no es la principal actividad económica que se desarrolla en el territorio, pues fuera del área metropolitana es la ganadería y la agricultura su principal actividad. Para el desarrollo de estos sectores el gobierno ha generado espacios y destinando recursos, pero para que todas estas estrategias sean eficientes en la administración financiera de las unidades productivas, es preciso que se tenga una conciencia real de las motivaciones, características étnicas y culturales que determinan las directrices de la población, es por ello

118. cinpro@ul.edu.co; Corporación Universitaria Reformada

119. ebolivar@unireformada.edu.co; Corporación Universitaria Reformada

120. mgusman@unireformada.edu.co; Corporación Universitaria Reformada

que tener claridad del enfoque diferencial es crucial para garantizar la perdurabilidad financiera de los productores del campo del Atlántico a través del tiempo, siendo responsables de su interacción con el medio ambiente y puedan migrar a prácticas más sustentables.

Palabras clave: financiamiento sostenible, cambio climático, enfoque diferencial.

INNOVACIÓN, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS DE AUTORES AFILIADOS A INSTITUCIONES COLOMBIANAS

Juan David Reyes-Gómez¹²¹, Claudia Jazmin Galeano Barrera¹²², Efrén Romero Riaño¹²³

Resumen

La investigación en innovación, transformación digital y emprendimiento en Colombia se ha visto impulsada en los últimos años por el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Colombia ha experimentado un importante crecimiento en el número de publicaciones científicas en dichas áreas, lo cual demuestra el interés creciente de la comunidad académica colombiana en estos temas. La literatura académica sobre estos temas ha estado dominada por autores de países desarrollados, especialmente Estados Unidos y Europa. Sin embargo, en

121. juandreyes@unicolmayor.edu.co; Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

122. claudia.galeano@udes.edu.co; Universidad de Santander UDES

123. eromero@ocyt.org.co; Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología OCyT

los últimos años se ha observado una mejora en la dinámica de la producción científica en países en desarrollo, como Colombia. Aun así, la literatura en estos temas incluye principalmente revisiones de literatura ejecutadas a mano y existen pocas evidencias de estudios sistemáticos mediante métodos basados en máquina.

Este estudio tiene como objetivo analizar la producción científica en innovación, transformación digital y emprendimiento desarrollada por autores con afiliación a instituciones colombianas. Se analizaron 927 artículos de investigación, publicados en 234 revistas indexadas, con una tasa de crecimiento anual del 22,24%. El porcentaje de coautoría internacional es del 40,24%. Los resultados muestran que el número de publicaciones en el área de estudio ha aumentado de forma significativa en los últimos años, alcanzando un pico en el año 2017. Se espera contribuir a la literatura a través de una revisión de la producción científica sobre estos temas, identificando tendencias actuales y futuras.

Palabras Clave: emprendimiento, innovación, transformación digital, análisis bibliométrico.

MODELO DE GESTIÓN DE TURISMO CULTURAL CON ENFOQUE DIFERENCIADO EN INNOVACIÓN SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO PARA EL DEPARTAMENTO DE SUCRE

Tatiana Margarita Mercado Covo¹²⁴

Resumen

Este proyecto de investigación busca dar respuesta a las directrices del Plan Nacional de Desarrollo y al Plan Departamental de Desarrollo, con la finalidad de contribuir en la promoción, salvaguarda, innovación y emprendimiento en materia cultural del departamento de Sucre y de Colombia, de tal forma que todos los proyectos de emprendimiento e innovación serían exonerados del pago de impuesto de renta durante siete años, para promover exclusivamente el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas, en especial en materia Cultural, de Emprendimiento y de Innovación en Colombia, (Ministerio de Cultura, 2020).

Es de aclarar, que la ciudad de Sincelejo posee un fuerte

124. margaritamercadocovo10@gmail.com; Universidad del Norte, CECAR, MINCIENCIAS

muy grande a nivel cultural, pero que se requiere ser organizado en materia de inventarios materiales e inmateriales culturales, festividades, eventos, museos, gastronomía, teatros, etnia, es decir en la construcción de productos y rutas turísticas culturales.

Los turistas que se acercan al municipio con la finalidad de conocerlo y de explorar su cultura, se encuentran con ciertos factores como los mencionados anteriormente, que perjudican la imagen del municipio, pero que en definitiva han reconocido que Sincelejo cuenta con gente muy amable, cariñosa, servicial, alegre y de buenas costumbres; lo que da a entender que en los aspectos culturales el municipio de Sincelejo posee una fortaleza innata que se debería explotar y aprovechar de una mejor manera.

El estudio está basado en un enfoque inductivo – deductivo, por lo que se desarrollará un método mixto. El área temática es la Competitividad, Emprendimiento e Innovación del Doctorado en Administración. El objetivo general del proyecto es Diseñar un modelo de gestión de turismo cultural con enfoque diferenciado en innovación social y emprendimiento para el departamento de Sucre.

Palabras clave: Modelo de gestión; Turismo Cultural; Innovación Social; Emprendimiento.

GENERANDO VALOR DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Ledy Gomez Bayona¹²⁵; Janeth Restrepo¹²⁶; Ernesto Suarez¹²⁷

Resumen

Las empresas en su constante esfuerzo por plantear estrategias de valor para los clientes, la sociedad y sus mismos colaboradores han vuelto su mirada en la generación de alternativas en la línea de la responsabilidad social empresarial (RSE) (Patuelli, et al., 2021). Como resultado, la RSE ha ganado importancia en la construcción de identidad organizacional que se ha visto impulsada por la agenda de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), al ser concebidos como una oportunidad para fortalecer la RSE en tanto buscan hacer tangibles la medición de la sostenibilidad. Es así como se vuelve una necesidad en la planeación estratégica de los directivos la incorporación de acciones que evidencien una transformación en la cultura de sus stakeholders (Gorgenyi-Hegyes, et al., 2021) para aprender y desaprender en procesos que permitan un relacionamiento duradero y genere valor a las empresas. Es desde esta mirada que se considera relevante la identificación de buenas

125. ledygb@gmail.com; Universidad de San Buenaventura

126. janeth.restrepo@usbmed.edu.co; Universidad de San Buenaventura

127. admin.negocios@usbmed.edu.co; Universidad de San Buenaventura

prácticas empresariales en la aplicación de estrategias de RSE que puedan actuar como hoja de ruta en la generación de ventaja competitiva. Para dar cuenta de los avances alcanzados, este texto hace un recorrido por los principales referentes teóricos que sustentan la propuesta, plantea la metodología y ofrece a modo de resultados el impacto esperado.

La incorporación de estrategias en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en una nueva manera de comunicar en las organizaciones y de generar valor compartido. De ahí que se considere importante generar impacto en el mundo empresarial con herramientas de análisis que aporten en la comprensión de las estrategias que en la actualidad guían los modelos de RSE, acorde con el contexto local y empresarial. Para el desarrollo de lo anterior se proponen dos técnicas de investigación cualitativa como la revisión de literatura y los estudios de casos organizacionales. Se espera impactar no solo con la comprensión de la importancia de la RSE, sino también con la identificación de buenas prácticas que puedan ser replicadas y fortalezcan un trabajo articulado entre Universidad, sociedad y empresa.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, RSE, generación de valor, competitividad empresarial

CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL DE CÚCUTA Y EL ÁREA METROPOLITANA

Jairo Alberto Cardenas;¹²⁸; Martha Rocio Florez Leal¹²⁹;
José Albeiro Tamara Uribe¹³⁰; Juan Garcia¹³¹

Resumen

La industria textil en el mundo es el sector de la industria manufacturera dedicado a la producción de fibras (naturales y sintéticas), telas, hilados y otros productos vinculados con la ropa y la vestimenta. Suele abarcar la fabricación de ropa, piezas de vestir e incluso calzado, y su labor se desarrolla en fábricas textiles o maquilas. Esta industria es una de las actividades económicas más importantes en el mundo entero, brindando trabajo a enormes sectores de la población en cada país, dado que sus productos suelen comercializarse a un ritmo constante y masivo.

En el marco del proyecto “Fortalecimiento de la infraestructura con innovación tecnológica para mejorar la productividad, competitividad y desarrollo de la industria textil en el

128. investigacion@ctc.edu.co; Líder de investigación Centro Tecnológico de Cúcuta

129. asesoracademico@ctc.edu.co; Asesor académico

Centro Tecnológico de Cúcuta

130. proyectosgr@ctc.edu.co; Líder de semillero Centro Tecnológico de Cúcuta

131. jgarcia-docente@ctc.edu.co; Docente investigador

Centro Tecnológico de Cúcuta

departamento de Norte de Santander”, se desarrollará un proceso de investigación con miras a determinar los avances en el sector y además caracterizar a las empresas participantes, buscando reunir esfuerzos con el propósito de mejorar la mano de obra local y la industria, con el ánimo de mejorar la competitividad. Esta investigación se enmarca dentro del paradigma cuantitativo con un enfoque positivista, cuyo propósito es describir y explicar las causas que dan origen a los problemas. Igualmente, esta investigación se desarrolló bajo la modalidad de estudio de campo.

Cabe mencionar que el presente proyecto de investigación surge no sólo del análisis de cifras que evidencian la problemática, sino que además responde a las necesidades específicas de los representantes del sector textil, los cuales fueron identificadas por medio de ejercicios participativos durante el proceso de formulación del proyecto. Teniendo en cuenta lo anterior, y para cubrir los requerimientos del objetivo específico I del proyecto, se pretende adelantar un proceso de caracterización del sector textil y de confección con el propósito de reconocer y validar las necesidades tecnológicas y de formación requeridas para mejorar la productividad y competitividad de las unidades productivas

Palabras clave: Innovación, Industria Textil, Productividad, Competitividad.

ESTRUCTURA DEL CAPITAL DE TRABAJO DE LAS PYMES DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA

Miguel Angel Gómez Chaves¹³²; Víctor Hugo López Díaz¹³³;
Verónica Padilla Ortíz¹³⁴; María Camila Patiño Folleco¹³⁵

Resumen

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2016), en Colombia, las pymes poseen gran participación dentro del tejido empresarial, donde representan el 99,9% del sector productivo, contribuyen con más del 80% del empleo y a un 40% del PIB. Como en la mayoría de las economías, las pymes enfrentan grandes dificultades de financiación y liquidez debido a un bajo conocimiento respecto a la gestión del capital de trabajo.

Dado lo anterior, con esta investigación se pretende generar un impacto positivo en el desarrollo y gerencia de las pymes, en especial, del sector construcción el cual se constituye como un motor dinamizador de la economía colombiana.

La identificación de la estructura del capital de trabajo de

132. magomez@umariana.edu.co; Universidad Mariana

133. vlopez@umariana.edu.co; Universidad Mariana

134. vpadilla@umariana.edu.co; Universidad Mariana

135. mariaca.folleco@umariana.edu.co; Universidad Mariana

las pymes del sector construcción permite identificar nuevas estrategias para una mejor administración de los recursos y activos de corto plazo, que afectan de manera directa la liquidez y la rentabilidad de las empresas. La metodología utilizada en esta investigación es de tipo cuantitativo bajo un enfoque empírico - analítico, identificando conceptos y posibles oportunidades relacionadas al capital de trabajo, partiendo de postulados generales a las necesidades particulares del sector objeto de estudio. De esta manera, se identificó en primera instancia que el sector construcción demanda grandes niveles de inversión en el corto plazo. Además, se evidenció que el capital de trabajo neto del sector puede hacer frente a las obligaciones corrientes y a la vez generar exceso de liquidez. Con respecto a sus decisiones de financiación, estas se inclinan a financiarse con fuentes que generan mayor costo como las entidades financieras.

Palabras clave: Capital de trabajo, gestión financiera, estructura de inversión.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIOS DE GÉNERO Y FINANZAS EN MERCADOS EMERGENTES.

Jesús Molina-Muñoz¹³⁶

Resumen

En los últimos años, la búsqueda de condiciones favorables para la equidad de género se ha convertido en un tema recurrente en las agendas de las organizaciones privadas y gubernamentales. Sin embargo, factores asociados al cambio climático, la pandemia generada por el Covid 19 y la inestabilidad económica actual han desafiado los esfuerzos que en años recientes contribuían al logro de este objetivo de desarrollo sostenible (World Economic Forum, 2022).

Este panorama sugiere la necesidad de desarrollar nuevos estudios que permitan entender la dinámica que en diferentes sectores de la sociedad se presenta con respecto a esta temática. El campo de la administración y en particular las finanzas, no son la excepción. Si bien el número de estudios que abordan este tópico es creciente, en los países emergentes aún queda un largo camino por recorrer.

Uno de los objetivos de desarrollo sostenible corresponde al desarrollo de políticas que incrementen la equidad de gé-

136. jesus.molina@urosario.edu.co; Universidad del Rosario, School of Management

nero. En consecuencia, el número de trabajos académicos que han estudiado este tema ha aumentado en los últimos años. Si bien el campo financiero no es la excepción, en países emergentes el crecimiento ha sido limitado generando oportunidades interesantes en materia investigativa. En el presente trabajo se analiza la evolución de los productos académicos relacionados con la participación femenina en la toma de decisiones financieras en mercados emergentes. Para ello se recurre a un análisis bibliométrico que incorpora técnicas novedosas de machine learning.

Palabras clave: Gender, sustainable finance, k-means.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS GENÉRICAS Y TÉCNICAS DEL TALENTO HUMANO APOYADOS EN LAS TIC

Mauricio Junior Santamaria Ruiz¹³⁷; Ricardo Romario Antequera Amaris¹³⁸; Reynier Israel Ramirez Molina¹³⁹

Resumen

Constantemente, el ser humano ha demostrado sus capacidades en diferentes situaciones y circunstancias, superando dificultades que la naturaleza le impone, sobrellevando situaciones complejas a través de las capacidades y competencias que han adquirido en su concurrencia como miembro social, por tanto, el concepto de competencias fue evolucionando, en la actualidad las competencias del individuo han tomado una importancia significativa en el ámbito laboral, llegando a clasificarse en: competencias genéricas, abarcando un conjunto de habilidades, capacidades y aptitudes básicas para el desarrollo de funciones básicas en la sociedad y en las organizaciones, al mismo tiempo se encuentran las competencias técnicas, las cua-

137. msantama@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

138. ranteque2@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

139. rramirez13@cuc.edu.co; Universidad de la Costa -CUC-

les permiten obtener un valor añadido gracias a la determinación de competencias y habilidades desde los procesos de selección del personal. El contar con personal cualificado posibilita a las organizaciones mejorar su eficiencia y productividad, esto se vuelve concebible al desarrollar las competencias desde los recursos humanos, a través de planes de capacitación en instrucción de competencias con la finalidad de preparar al talento para la ejecución de sus funciones.

De acuerdo con las situaciones y hechos que se originaron en el planteamiento del problema, surge la siguiente interrogante: ¿Cuáles estrategias pedagógicas pueden fortalezcan competencias genéricas y técnicas del talento humano en las tiendas de barrio de la ciudad de barranquilla? enmarcada en el proyecto de investigación de la convocatoria No. 907 de Jóvenes investigadores e innovadores del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

La investigación pretende generar estrategias pedagógicas que fortalezcan las competencias genéricas y técnicas del talento humano apoyados en las TIC que atiendan las problemáticas derivadas de la emergencia económica, social y ambiental del COVID -19 en las tiendas de barrios adscritas a la Federación Nacional de Comerciantes Empresarios (FENALCO), seccional Atlántico Barranquilla. se empleó el método cuantitativo, de tipo descriptiva, diseño de campo, transversal, no experimental, utilizando como unidades de observación una muestra de las tiendas medianas de la ciudad de Barranquilla. Se escogió la encuesta como téc-

nica de recolección de datos esperando como resultado apropiación y conocimiento de las competencias genéricas y técnicas.

Palabras clave: fortalecimiento de competencias del talento humano, competencias del talento humano, TIC, emergencia económica, social y ambiental.

EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE CAFÉ DIFERENCIADO

María Patricia Giraldo¹⁴⁰; Adriana Florez¹⁴¹; Olga Liliana Chavarro¹⁴²

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo la evaluación de la competitividad de los productores de café diferenciado. Para esta evaluación se aplicó el Modelo de Gestión Empresarial MGE (Giraldo & Iriarte, 2020) en la Corporación Cordilleranos del Quindío– Colombia, conformada por 109 asociados, a través de 37 entrevistas a las unidades productivas que cuentan con la certificación del sello Rainforest Alliance. La muestra es de tipo intencional, dadas las características del desarrollo de los procesos administrativos, productivos y de calidad, que son incipientes con la ausencia de un sistema de calidad; con la aplicación del Modelo de Gestión Empresarial (MGE) sirven de instrumento para verificar el ambiente situacional de estos caficultores.

La construcción de este nuevo modelo surgió a partir de la revisión bibliográfica de los modelos de competitividad

140. mpgiraldo@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

141. amflorez@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

142. olchavarro@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

existentes para hallar el porcentaje de correlación y articulación con los componentes y las variables del modelo propuesto. El soporte de este nuevo modelo tuvo como base el Modelo de Modernización para la Gestión de las Organizaciones MMGO compuesto por 15 componentes sobre aspectos de análisis situacional, 110 variables y 254 descriptores, se articularon con siete (7) variables y 26 descriptores adicionales, para lograr una estructura de 15 componentes, 117 variables y 280 descriptores; representados en ocho (8) funciones: Gerencial, Administrativa, Comercial logística, Financiera, Talento Humano, Tecnológica, Ambiental y Factores Externos para el Modelo propuesto. Para efectos prácticos del modelo se aplicó en la Corporación “Cordilleranos del Quindío”.

La metodología aplicada es el Modelo de Gestión Empresarial basado en el Modelo de Modernización para la Gestión de las Organizaciones MMGO, con una estructura de 15 componentes. Se identificaron acciones de mejora en la mayoría de las áreas funcionales evaluadas, que al ajustarse aumentarán los niveles de competitividad de los productores de café diferenciado de esta Corporación, para lograr su inserción en los mercados nacionales e internacionales.

Palabras clave: competitividad, Modelo, Gestión, café, Modernización, diferenciado, evaluación.

LAVADO DE ACTIVO IDENTIFICABLE EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

Luis Carlos Mingan-Rojas¹⁴³

Resumen

En la gestión del riesgo de LA, se ha creado un sistema de control en dos frentes: la intervención directa por parte de los Estados -legislación para regular y sancionar- y la intervención indirecta por instituciones o empresas. Este último, ha dado lugar a guías como el Modelo de Gestión del Riesgo de LA/FT para el sector real, herramientas accesibles para todas las empresas que ponen a disposición una metodología para medir el riesgo de LA, calificando la probabilidad e impacto bajo estimaciones cualitativas, lo cual no asegura alto nivel de objetividad. Con fundamento en lo anterior, se evidencia la pertinencia de investigar sobre potenciales instrumentos que permitan analizar el LA con criterios objetivos, a partir de información financiera pública de empresas. El enfoque de esta investigación es cuantitativo de carácter explicativo, exploratorio, descriptivo, correlacional, documental y longitudinal, estudiando un periodo de 5 años los estados financieros, realizando análisis de datos de informes financieros de empresas que han lavado activos y de empresas sin vinculo de LA, confirmando los resultados bajo la metodología Gold Standard. A modo de

143. lcminganr@unal.edu.co; Corporación Universitaria Minuto De Dios-UNIMINUTO

responder a una herramienta que genere mediciones objetivas con información financiera pública a través de indicadores de riesgo cuantitativos que permitan identificar, medir, gestionar y controlar el riesgo de LA, se concluye de acuerdo a los resultados, que no hay evidencia consistente de que los indicadores financieros permitan medir el riesgo de lavado de activos, ya que es poco probable que los fraudes elaborados cuidadosamente sean fáciles de detectar y aún más cuando no hay una estandarización de las prácticas de lavado.

Palabras clave: lavado de activos, riesgo de lavado de activos, estados financieros, indicadores financieros.

MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO EMPRESAS FAMILIARES PYMES PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS BUENAVENTURA

Maribeth Arrubla Franco¹⁴⁴; Maria Alejandra Fernández Arrubla¹⁴⁵; Maria Julieta Sánchez Mora¹⁴⁶

Resumen

En el campo empresarial se encuentra una tipología organizacional llamada empresa familiar, con características específicas que merecen especial atención, no solo por su estructura y gestión, la importancia de las empresas familiares es reconocida en el ámbito internacional dado a su crecimiento y expansión (Tapies 2011). Las empresas familiares son importantes por la dimensión de lo que representan para cada país, cualquier apoyo que se les pueda proporcionar para garantizar su continuidad, productividad, eficiencia financiera, es desarrollado por medio de la supervisión de su actividad financiera y empresarial (Superintendencia de Sociedades, 2019). Por otra parte, debido a problemas como: la informalidad en la toma de decisiones

144. marrubla@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

145. alejandrafernandezabogada@gmail.com; Universidad la Gran Colombia Armenia Quindío

146. mjsanchez@uniquindio.edu.co; Universidad del Quindío

de inversión y financiación, el choque generacional (Beltrán, et al, 2004). Así mismo al estudio realizado por Zevallos (2003) sugieren que las dificultades que presentan las Pymes Latinoamericanas están relacionadas con: finanzas, tecnología e información, estructura regulatoria, comercialización, organización y cooperación y recursos humanos. En el área de finanzas uno de los problemas presentado frecuentemente es el acceso al capital derivado de la escasa financiación de capital de riesgo, la cantidad de trámites y las altas tasas de interés, los plazos inadecuados, los retrasos en las cuentas por cobrar afectan las decisiones de inversión y financiación, además de la falta de esquemas de financiamiento para las Pymes (Zevallos,2003-2007)

La presente investigación establece como objetivo general el diseño de un modelo de Gestión Administrativo y Financiero de las Pymes Familiares del sector de servicios turísticos de Buenaventura Valle, que permita establecer las relaciones entre las mismas que tome conceptos de propiedad familiar, decisiones de inversión y financiación, que contribuyan a mejorar su gestión. La investigación es de tipo no experimental, de corte transversal con enfoque cuantitativo, como instrumento de medición, se utilizará una encuesta estructurada a una muestra aleatoria de 35 empresas familiares. Los resultados que se obtendrán fundamentarán dicho modelo, útil el para el campo académico y empresarial.

Palabras clave: Empresa Familiar, propiedad, gestión financiera, gestión administrativa.

REDEFINIENDO EL ROL DEL DIRECTIVO, FRENTE A LOS RETOS ORGANIZACIONALES QUE SUPONE LA ERA DIGITAL.

Cicelys del Rosario Sanchez Thomas¹⁴⁷; Eduardo José Salazar Araujo¹⁴⁸

Resumen

La era digital supone cambios significativos al interior de las organizaciones, la evolución acelerada de las tics empieza a evidenciar una influencia directa en su estructura, sus procesos y particularmente en su capital humano, los actuales puestos de trabajo demandan nuevas habilidades, al tiempo que surgen puestos de trabajo totalmente nuevos y disruptivos, frente a esta situación, el presente estudio bibliométrico tiene por objeto identificar las habilidades que requieren los directivos para hacer frente a los desafíos organizacionales que impone la transformación digital, para lo cual se revisaron xxxx artículos publicados entre 2017 y 2021 en las bases de datos Scopus y WoS, , en el área de administración y negocios aplicando las técnicas de análisis infométrico y análisis de contenido, utilizando como criterio de búsqueda los términos “Management”+“Digital Age”, para encontrar las tendencias en las teorías, enfoques

147. cicelys.sanchez@unisimonbolivar.edu.co; Universidad Simón Bolívar

148. esalazar4@unisimonbolivar.edu.co; Universidad Simón Bolívar

y modelos aplicables a la dirección de organizaciones en la era digital. Dentro de los resultados obtenidos se resalta la necesidad de contar con equipos gerenciales diferenciales, capaces de actuar de manera oportuna conforme a la velocidad y magnitud de los cambios, adicionalmente se identificaron habilidades humanas y de relacionamiento que trascienden más allá las competencias técnicas y conceptuales, como son: comunicación asertiva, gestión apropiada del tiempo, capacidad de generar sinergias, proactividad, pensamiento flexible, Innovación y resiliencia, estas habilidades crean equipos gerenciales diferenciales, capaces de generar valor para la organización.

Palabras Clave: Habilidades gerenciales; Gestión Organizacional, Competitividad

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS DINÁMICAS ORGANIZATIVAS RESPECTO A LA GENERACIÓN DE CAFÉ ESPECIAL ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES POR UN MEJOR VIVIR, ASPRONEX EN BELALCÁZAR PÁEZ CAUCA

Juan Manuel Valencia Velosa¹⁴⁹; Diego Edisson Velasco Hurtado¹⁵⁰; Kerly Johana Jorge Petevi¹⁵¹; Victoria Eugenia Pino¹⁵²

Resumen

Colombia ha sido un país, que tradicionalmente ha producido café en sus diferentes variedades, algunos departamentos gozan de reconocimiento nacional e internacional por la influencia que otros sectores, como el turístico, les ha permitido, alcanzando mayor visibilidad; sin embargo,

149. jvalencia@unicomfacauca.edu.co; Corporación Universitaria Comfacauca - UNICOMFACAUCA

150. diradministracionempresas@unicomfacauca.edu.co Corporación Universitaria Comfacauca - UNICOMFACAUCA

151. kerlyjorge@unicomfacauca.edu.co; Corporación Universitaria Comfacauca - UNICOMFACAUCA

152. vpino@unicomfacauca.edu.co Corporación Universitaria Comfacauca - UNICOMFACAUCA

departamentos como el Cauca, han tomado relevancia en cuanto a la cantidad producida y la calidad de los mismos dadas sus características especiales.

Bajo este referente de orden geográfico y contextual, el presente proyecto de investigación estableció como objetivo identificar desde la perspectiva administrativa los determinantes que ejercen influencia, respecto a la calidad del Café a lo largo del proceso productivo, producido por los asociados a la Asociación de productores y exportadores por un mejor vivir (ASPRONEX), conformada por familias campesinas ubicados en el municipio de Belalcázar del departamento Cauca. Para lo cual, mediante un estudio exploratorio y descriptivo, con enfoque mixto, se utilizaron herramientas de captura de información, tales como entrevistas específicas y encuestas al total de los asociados.

Con los resultados obtenidos, se espera diseñar alternativas de solución tendientes al sostenimiento a lo largo del tiempo, de los estándares de calidad ofertados por los productores de la asociación, que le han permitido obtener una ventaja competitiva que se espera sea sostenible. Lo anterior, en el contexto del complejo ambiente social y económico del departamento del Cauca, donde factores políticos y económicos han impactado de manera directa la calidad de vida de los pobladores, que han acudido a modelos organizativos y modelos de economías propias, en pro del crecimiento y desarrollo socioeconómico de sus comunidades. tal dinámica, evidenciada en ASPRONEX.

En ese sentido, los resultados del presente proyecto derivan en resultados de investigación en sus diferentes cate-

gorías, al mismo tiempo, se espera que estos generen un impacto social directo en la asociación estudiada a través de transferencia de conocimiento y el diseño de estrategias para el fortalecimiento de las distintas etapas del proceso productivo.

Palabras Clave: Planeación estratégica, Asociatividad, Café especial, Aspronex

EVALUACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LA JUSTICIA Y EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL EN LA FUERZA AÉREA COLOMBIANA

Diego Camilo Cortes Valdez¹⁵³; María Alejandra Morales Ibarra¹⁵⁴

Resumen

Las organizaciones o empresas son los sistemas sociales donde los individuos son un activo permanente. Las organizaciones necesitan gerentes y empleados eficientes y efectivos para lograr metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo. Actualmente se han dado a conocer al mundo estudios de psicología del trabajo y las organizaciones en la cual cobra especial relevancia en todos los ámbitos relacionados a la vida laboral del individuo. La total importancia da origen a múltiples interrogantes que hacen un cuestionamiento válido al momento de optimizar sus capacidades dentro de las organizaciones que laboran diariamente.

Básicamente, el estudio de estas variables engloba ciertas

153. diego.cortesv@fac.mil.co; Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suárez - EMAVI

154. maria.morales@fac.mil.co; Escuela Militar de Aviación Marco Fidel Suárez - EMAVI

percepciones que tienen relación con la equidad y sus diferentes actividades que los empleados desarrollan dentro de la empresa en que laboran, respecto a su salario, el trato recibido, la información de ciertos procedimientos que se utilizan para desarrollar su trabajo, este fenómeno es determinado como justicia organizacional. Principalmente la clave para el estudio de la justicia organizacional es el desarrollo óptimo del funcionamiento de una empresa, maximizando las proporciones que los trabajadores desempeñan a la hora de ejecutar sus funciones, volviéndolos eficientes y de esta manera buscar un equilibrio de equidad al momento de tomar decisiones y obtener un resultado eficaz y eficiente para producir a la sociedad.

Este estudio tiene como misión estudiar la relación entre la justicia y el comportamiento de ciudadanía organizacional en las instituciones gubernamentales del sector de defensa, y determinar el papel moderador de la confianza organizacional en esta relación y su impacto en la efectividad operativa.

La investigación se basa también en la importancia de las variables psicológicas en la cultura organizacional (OCB, DO y OT) como indicadores que dictan ciertas interacciones en diferentes ubicaciones comerciales. Además, también se analiza el concepto de eficiencia operativa (OE).

Palabras clave: comportamiento organizacional, confianza, justicia, organización, satisfacción.

EFECTOS DE LA POLÍTICA MONETARIA EN LAS FINANZAS DE LAS FAMILIAS. UNA REVISIÓN DESDE LA INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERAS EN COLOMBIA (2010-2019).

Lauren Sofia Velasquez Castañeda¹⁵⁵; Raúl David Ruiz Escobar¹⁵⁶

Abstract

The following article intends to analyze, based on conceptual framework and historical data of the fore mentioned statements, whether private agents behave in accordance with the theoretical frameworks of behavioral theory and how these attitudes correlate with monetary policies in regards to consumption, savings, spending, and investment decisions within households in order to identify the reasons which guides the behavior of families.

Resumen

A partir del contexto derivado de la evolución y el auge de la educación e inclusión financiera a nivel latino América

155. lsvelasquez@correo.iue.edu.co; *Institución Universitaria de Envigado*

156. rdruiiz@correo.iue.edu.co; *Institución Universitaria de Envigado*

especialmente en Colombia en los últimos 10 años; surge la necesidad de analizar como en la toma de decisiones de los individuos se ve reflejada la importancia de adquirir practicas congruentes en ambos contextos, y a su vez como las finanzas personales de las familias como agentes económicos tienen mucho que ver con los marcos estatales que entra a formar las metas económicas del banco central y que al tener una repercusión a nivel macroeconómico involucra directamente las condiciones que los individuos adquieren para la inclusión al sistema financiero y la necesidad de formarse para adquirir practicas financieramente correctas (educación financiera).

El siguiente artículo pretende analizar a partir de un marco conceptual y datos históricos de los rubros si los agentes privados se comportan de acuerdo con los marcos teóricos de la teoría del comportamiento y como estas actitudes están relacionadas con los efectos de la política monetaria en las decisiones de consumo, ahorro, gasto e inversión de los hogares, a fin de identificar las premisas que guían el comportamiento de las familias.

Palabras clave: Economía, Inclusión Financiera, Educación Financiera, Política monetaria, economía del comportamiento.



ASCOLFA
Asociación Colombiana de
Facultades de Administración

www.ascolfa.org



ASCOLFA

Asociación Colombiana de
Facultades de Administración

Cooperación e integración Internacional: Una visión de las Escuelas de Negocios

Memorias conferencia internacional ASCOLFA 2022