



Memorias

Conferencia ASCOLFA

Resúmenes analíticos de investigación

ISSN: 2539-2840
Publicación anual
Vol. 1. No. 9. Año 9. (2024)
Bogotá - Colombia





MEMORIAS CONFERENCIA ASCOLFA

Resúmenes analíticos de investigación

Megatendencias, hacia la administración sustentable,
negocios verdes, gobernanza y transformación



ASCOLFA
Asociación Colombiana de
Facultades de Administración



ASCOLFA
Asociación Colombiana de
Facultades de Administración

© **Asociación Colombiana de
Facultades de Administración
– ASCOLFA**

Cra 11 No. 97 – 23 Of. 402
PBX: (57 1) 7944930 ext. 2001
Celular: (57) 3107802514

MEMORIAS

Conferencia ASCOLFA

Resúmenes analíticos
de investigación

ISSN: 2539-2840

Publicación anual

Vol. 1. No. 9. Año 9. (2024)

Bogotá – Colombia

Corrección y diagramación

Iniciación Científica

Ilustraciones

Banco de imágenes Freepik.es

Todos los derechos reservados

Creado en Colombia

2024

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 existente o por existir, sin el permiso previo y por escrito de la Asociación Colombiana de Facultades de Administración – ASCOLFA

Para usos académicos y científicos, la Asociación Colombiana de Facultades de Administración - ASCOLFA accede al licenciamiento Creative Commons del contenido de la obra con: Atribución – No comercial – Sin derivar - Compartir igual.

El contenido de esta publicación se puede citar o reproducir con propósitos académicos, siempre y cuando se indique la fuente o procedencia.

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

Este libro de memorias es resultado de un proceso de investigación y ha sido evaluado por pares ciegos cumpliendo con los criterios de selectividad, temporalidad, normalidad y disponibilidad propuestos por Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Contenido

Branding estratégico para la internacionalización del mezcal duranguense 17

Rosaura Ríos Ángulo ; Gregorio Guzmán-Lares

Educación y alfabetización financieras en estudiantes de las facultades de ingeniería y ciencias económicas de la Universidad de Antioquia al 2024 19

Cesar Augusto Giraldo Prieto

Análisis estratégico de la inversión extranjera del sector de consumo masivo en Colombia 21

Carlos Alfonso Márquez Ángel; Valentina Mestra Páez

Evaluación de las empresas exportadoras del sector agropecuario en Córdoba: análisis de participación, categorización y productos líderes en 2022 y 2023 23

Carlos Alfonso Márquez Ángel; María Luisa Vidal Guerrero; Nelson Andrés Figueroa Mendoza

El emprendimiento en los jóvenes universitarios y su relación con la educación financiera 25

Rene Alexander Garzón Camacho

Prácticas de liderazgo empresarial sustentable: estrategias para mejorar el desempeño ambiental en las organizaciones 27

Prince Luz Torres Salazar; Valentina Orozco Valdelamar ; Jessica Gómez Castro

Paneles solares: la sostenibilidad para los negocios gastronómicos de la costa caribe Colombiano 29

Karol Mishell Rueda Vergara; Prince Luz Torres Salazar

El servicio al cliente como ventaja competitiva en la educación superior: estudio de caso Armenia 31

Claudia Marcela Muñoz Guzman; Lorena Giraldo Aristizabal; José David Londoño-Cardozo; Daniel Felipe Muñoz Flórez

Implicaciones éticas de la inteligencia artificial (IA) en el marketing: enfoques y aplicaciones 33

Mario Rolando Paredes Escobar; Oscar Javier Robayo-Pinzón; Sandra Patricia Rojas-Berrío

Economía popular en San Victorino: desafío laborales y ambientales 35

Lida Esperanza Villa-Castaño; Miguel Ángel Montealegre Gallo; Angie Yeraldin Fonseca Estupiñán

Análisis de los bonos verdes como estrategia financiera de los bancos en Colombia. 37

Leidy Bibiana De La Ossa Villadiego; María José Gómez Caldera; Alejandra Pérez Henao; Dayana Fernández Viana; Jurany Galván Higueta

Influencia de la metodología lean startup sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios 39

Andrés Fernández; Jorge Enrique Romero Muñoz; Fabio Blanco

Desarrollo del pensamiento computacional en estudiantes de administración de empresas, con Python, con miras a desarrollar competencias en ciencia de datos con técnicas de machine learning 41

Leidy Bibiana de la Ossa Villadiego ; Marco Julio Cañas Campillo

La Tatacoa: iniciativas empresariales locales, política pública de turismo sostenible y resiliencia global post pandemia 43

José Jardani Giraldo Uribe; María Del Pilar Sánchez Muñoz

Análisis de los factores determinantes de éxito en las alianzas con proveedores de la EMAVI 45

Johanna Jimena Castillo Penagos; Miguel Ángel Castrillón Romero

Intención emprendedora en los estudiantes universitarios en Colombia 47

Fabio Blanco-Mesa; Andrés Fernández-Rosas; Dianny Fernández-Samacá; Dana Valentina Suárez; Laura Isabel Hernández

Gestión verde de los recursos humanos y el desempeño ambiental organizacional: un análisis bibliométrico 49

Juan Carlos Ruiz Torres; Gina Paola Fonseca Cifuentes; Yuliana Ximena Salas Franco

Identificación de factores relevantes en la competitividad de la industria de producción de cerveza artesanal 51

Fabio Blanco-Mesa; Jheisson Andrés Abril Teatin ; Dianny Fernández-Samacá; Luis Nemojon

Impacto socioeconómico y ambiental de la producción de biocombustibles en el Valle del Cauca. 53

María Lauren Rosero Aguilar; Diego Fernando Vargas Calderón; Marisol Muñoz

Incidencia de la economía circular en las organizaciones del sector social del eje cafetero para su permanencia en el régimen tributario especial 55

Laura Michel Santa Fajardo; Constanza Loreth Fajardo Calderón ; Ana Gladys Torres Castaño

La influencia de la globalización en las decisiones financieras de las empresas Colombianas: ¿una tensión entre Uppsala y Springboard? 57

Nicolas Afanador Cubillos; Ricardo Bonilla Jiménez; José Andrés Rueda Montaña; David Andrés Londoño; María Antonieta Collazos Ortiz

Educación financiera y inteligencia artificial 59

Jorge Enrique Romero Muñoz; Hernán Antonio Báez Báez; Andrés Alejandro Fernández Rosas

El liderazgo transformacional como mediador de la relación entre el tecnoestrés y el rendimiento académico de estudiantes universitarios 61

Juan Manuel Andrade Navia; Elías Ramírez Plazas; Juan Camilo Ramírez García; Diego Armando Bermeo Castro

La innovación como factor estratégico para el desarrollo turístico sostenible del departamento del Quindío (Colombia) 64

Beatriz Elena Guzmán Díaz; Ramiro Parra Hernández; Edwin Tarapuez Chamorro

La formación de administradores de empresas de la escuela nacional del deporte y su incidencia en la generación de competencias blandas para la empleabilidad año 2023 66

Luis Enrique David Tenorio

Factores que influyen en el desempeño de la sostenibilidad ambiental: un estudio aplicado al cultivo de café en Colombia 68

Alexis Rojas Ospina

Influencia de las capacidades dinámicas en las instituciones prestadoras de servicios de salud en Colombia 71

Héctor Adrián Castro Páez ; Martha Cecilia Cruz Vargas

Sobre la comprensión de cómo se relaciona el entorno laboral con la fuerza de la marca desde la perspectiva de los colaboradores: evidencia inicial a partir de una prueba piloto de instrumentos 73

Esteban Duran-Becerra; María Cristina Londoño Rubio

Estilos de liderazgo directivo en la integración de las tecnologías de la información y comunicación, en las escuelas rurales del municipio de Cereté-Córdoba-Colombia 75

Helmer Muñoz Hernández; Eliana Jiménez López; Luis Carlos Restrepo Jiménez

Inteligencia artificial como herramienta transformadora de la enseñanza y el emprendimiento en el contexto universitario. 77

Adriana Yisela Ruano Zuñiga; Angela María Tafur Escobar; Luis Enrique Riascos Oliveros ; Alexandra Eugenia Arellano Guerrero

Hallazgos de trabajo infantil en las niñas del campo: estudio de caso con las mujeres rurales de la red de mujeres emprendedoras de Salamina - Caldas (REDMUSA), Colombia. 79

Maria Cristina Londoño Rubio ; Esteban Duran Becerra

La influencia negativa de la innovación en el desempeño organizacional 81

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero; Boris Alejandro Villamil Ramírez; Juan Camilo Londoño Castillo; Danna Valentina Banderas Arias

Estrategias de marketing digital y su impacto en la competitividad de micro y pequeñas empresas en el Valle del Cauca 83

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero; Michell Campos Obando; Santiago Coral Chaves

La prospectiva estratégica como herramienta para optimizar la planeación educativa 85

Leonardo Antonio Díaz Pertuz; José Fernando Acosta López; Amalia Inés Díaz Royo; Erika Patricia Pastrana Acosta; Karina Carmiña Castellanos Caro

Evaluación de la imagen organizacional en empresas comerciales y de servicios en Córdoba: relevancia en la estrategia de marcas 87

Helmer Muñoz Hernandez; Nelson Andrés Figueroa Mendoza; José Fernando Acosta López; Francisco Bárcenas Merlano; Luis Manuel Zúñiga Pérez

Discriminación percibida, autoestima y habilidades sociales alternativas a la agresión en adolescentes afrodescendientes del departamento del Cesar 89

Helmer Muñoz Hernandez; Miladys Paola Redondo Marín; María Margarita Tirado Vides; Luz Karine Jiménez Ruiz; José Del Carmen Villalobos Tovar ; Javier Dario Canabal Guzmán

Afrontamiento, cohesión familiar y resiliencia de familias en procesos de restitución de derechos 91

Helmer Muñoz Hernandez; Luz Karine Jiménez Ruiz; Miladys Paola Redondo Marín; María Margarita Tirado Vides; Renato Martínez Martínez

La economía internacional: teorías y su impacto en el mundo empresarial 93

Helmer Muñoz Hernández; Estrella Del Carmen Camacho Alvis; Francia Helena Prieto Baldovino; Benjamín Castillo Osorio

Dimensiones culturales de Hofstede en empresarios cristianos y no religiosos: análisis con vsm2013 95

Ronald Prieto Pulido; Luis Landazury Villalba ; Alexis Palacios Arrieta

Liderazgo consciente para la sostenibilidad empresarial 97

Laura Marcela Guerrero Navarro; Hilda Estrada Lopez, Ana; Beatriz Blanco Ariza; Enrique Melamed Varela

Política ambiental en empresas de turismo de florencia-caquetá, Colombia 99

Yelly Yamparli Pardo Rozo; Diego Luis Rojas Navarrete ; Milton Cesar Andrade Adaime

Cultura de aprendizaje y gestión de la innovación en empresas del sector lácteos 101

Katherine Rosero Flórez; Sofía Samudio Salcedo ; Ana Beatriz Blanco Ariza

Prácticas de economía circular: un análisis de 5 pymes de reciclaje en Barranquilla. 103

Magda Monsalve Peláez; Luz Pedroza Roperó; Zoila Martínez Trujillo

Comercio informal y su incidencia socioeconómica en las unidades familiares del municipio de Valledupar – Colombia **105**

Schneyder José Molina Romero; Efraín Arnoldo Boom Carcamo; Jorge Luís Ochoa Bayona; David José Viloría Jaraba

Formalización del área de gestión humana y procesos funcionales para el desarrollo y el bienestar de las personas en la empresa GTP **107**

Liceth Jazmín Mesa Castellanos; María Paula Moica Pinto

Desafíos del sector turismo del departamento del Quindío: una comparación según índice de competitividad turística regional de Colombia (ICTRC) para el último quinquenio- (2019-2023) **109**

Rafael Alexander Jaramillo Lotero; María Patricia Giraldo Correa ; Jorge Iván Chica Rincón

Innovación social en plataformas de reciclaje: reflexiones para la investigación en ecosistemas de servicios **111**

Sara Catalina Atehortúa Becerra; Valentina Barrera Zapata; Juan Fernando Tavera Mesías

Percepción de la ética empresarial en la industria de la construcción para impulsar la certificación internacional **113**

Laura Sofía Galindo Carrillo; Yuri Marcela Lopez Umba

Compostaje como motor de la economía circular en municipio de Yumbo **115**

Erika Andrea Contreras Gamboa ; Eliana Vargas Murcia ; Luisa Fernanda Camelo Ocampo

Inclusión y educación financiera pymes familiares **117**

Maribeth Arrubla Franco; María Alejandra Fernández Arrubla; María Julieta Sánchez Mora; María Omaira Moreno Moreno

Reflexiones desde la enseñanza de las economías propias, sociales y solidarias en instituciones educativas públicas y privadas en el sur occidente Colombiano **119**

Wilson Noe Garces Aguilar; Lina Juliana Robayo Coral; Sara Gonzales Domínguez; Daniel Bravo Ordoñez; María Teresa Riascos Vásquez

Percepción de la felicidad organizacional en algunas empresas formales Colombianas **121**

Julio Alberto Perea Sandoval; Aura Janeth Uribe Arévalo

Análisis de la experiencia en clientes de transferencia de conocimiento de Tecnicafé. **123**

Yenni Angélica Conde Cardona; María Fernanda Muñoz Urbano

Análisis coyuntural departamental del sector turístico en Colombia **125**

Julio Alberto Perea Sandoval

Financiación de la innovación y capital de riesgo: un análisis bibliométrico **127**

María Alejandra Santis Puche; Roberto Carlos Fortich Mesa; Elbert Enrique Contreras; Engler Ariza García

Caracterización de la gestión del manejo de la tecnobasura RAEE generada en las universidades públicas en Cartagena de indias **129**

Daniel Mauricio Avilés Rangel; Shirlí Hernández Martínez

Consumo socialmente responsable en la comunidad académica de la UPTC Duitama: actitudes y comportamientos **131**

Sandra Mimiya Gómez Ángel; Ingrid Vanessa Bernal Diaz

Gamificación como potencializador de habilidades laborales **133**

Maythe Yarilleny Baez Becerra; Leidy Lorena González Ríos; Jorge Armando Coronell Acosta; Viviana Racero López

Evaluación de la competencia docente con base en la opinión de los estudiantes: facultad de ingeniería Universidad Tecnológica del Chocó **135**

Janny Edinson Córdoba Rodríguez; Harlem Sirlein Beltrán Moreno; Deison Palacios

IA al servicio de la educación: optimizando la preparación de clases para un aprendizaje personalizado **137**

Ángel Humberto Jurado Uribe; Yiceth Alejandra González Duarte; Liliana María Castebianco Martínez

El futuro del liderazgo organizacional en la era de la sustentabilidad **139**

Yuri Shaday Castro Caraballo; Yuleine Maira Franco Rodríguez

Preferencias de consumo e intención de compra de café tostado, de acuerdo con la influencia del tueste en los estudiantes de la universidad Surcolombiana **141**

Nicolás, Tovar Jacobo; Derly Cibelly, Lara Figueroa

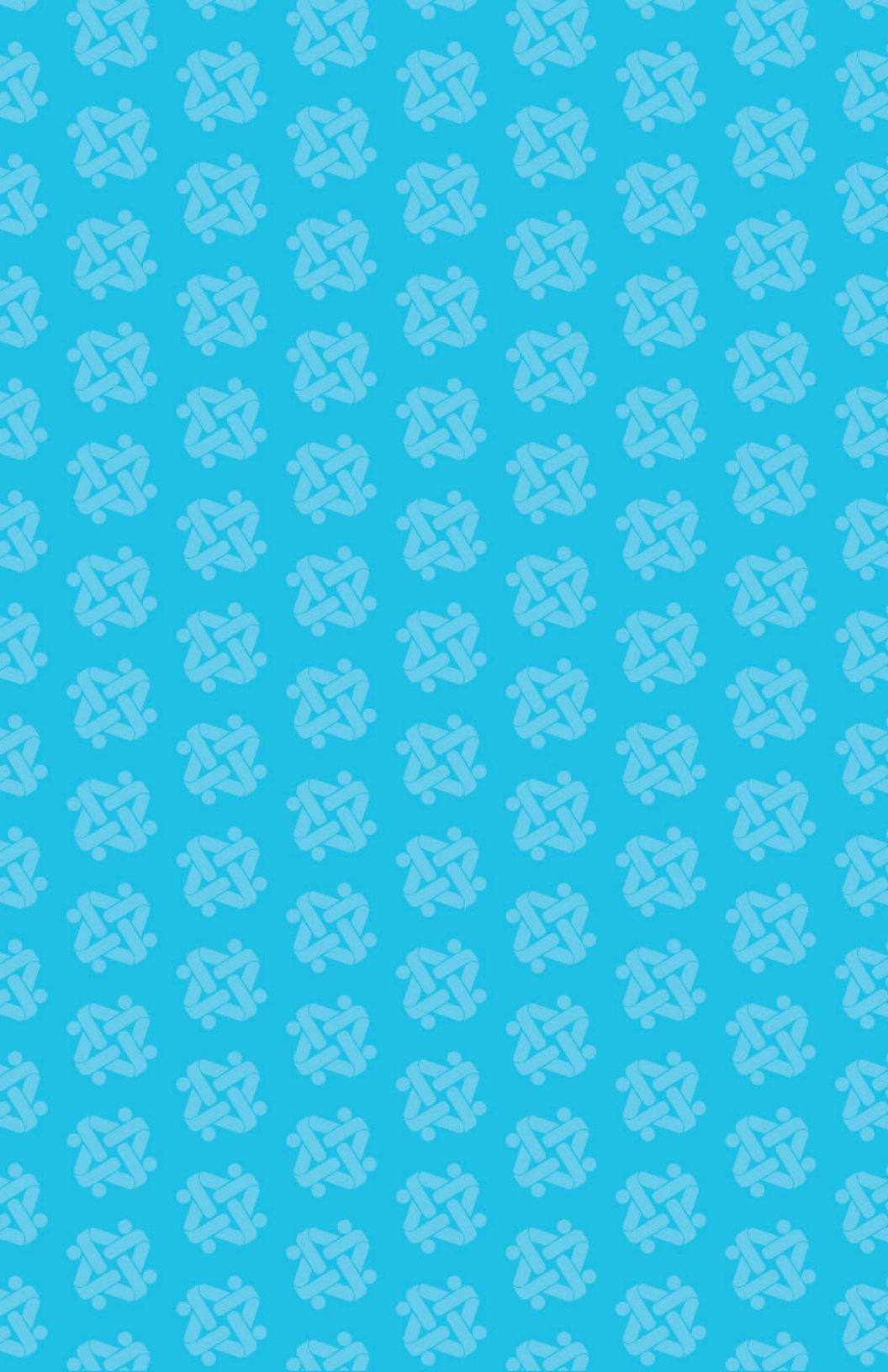
Corresponsabilidad, cocreación y cogestión como estrategias innovadoras en el sistema de educación superior. Caso facultad de ciencias económicas de la Universidad del Atlántico (2023-2026). 143

Jairo Contreras Capella

Aplicaciones de la IA para la agroindustria de la palma de aceite. 145

Análisis bibliométrico del encuentro de investigación ASCOLFA 2024 146

William Umar Rincón-Báez; Gisele Eugenia Becerra-Plaza



Branding estratégico para la internacionalización del mezcal duranguense

Strategic branding for the internationalization of mezcal from Durango

Rosaura Ríos Ángulo¹
Eduardo José Salazar-Araujo²
Gregorio Guzmán-Lares³

RESUMEN

La Secretaría de Economía de México destaca el crecimiento de las exportaciones de mezcal en el mundo ha sido notable en los últimos años, superado en la última década a otras bebidas como el whisky o el tequila, destacándose por mantener tradiciones ancestrales del mezcal artesanal y ofrecer productos naturales de alta calidad, lo cual ha favorecido su acceso a mercados internacionales. Sin embargo, las productoras del estado de Durango, (México) se caracterizan por sus limitaciones en el empleo de estrategias de marketing, tomando en consideración que el posicionamiento de los productos en mercados internacionales requiere el uso de técnicas de branding, el presente estudio. Este estudio analiza la relación entre el branding estratégico y la internacionalización del mezcal de Durango, buscando Identificar las estrategias de branding que han contribuido al éxito de las empresas exportadoras del estado de Durango en su proceso de internacionalización, para fortalecer el posicionamiento de las empresas pertenecientes al Clúster.

Mezcal en este Estado y fortalecer su presencia en el extranjero. El presente estudio se realizó desde un enfoque cuantitativo, de

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia. rosaura.rios@unisimon.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. eduardo.salazar@unisimon.edu.co

3 Universidad Autónoma de Sinaloa, México. gregorio.guzman@fca.uas.edu.mx

corte transversal, no experimental, empleando como técnica de recolección de datos la encuesta cerrada, en escala Likert a una muestra de 8 empresas exportadoras de mezcal, correspondientes al 100% de la población. Como principal resultado se evidencia que la implementación sólida de estrategias de marca, tradiciones y técnicas prehispánicas, la denominación de origen del producto, la comunicación clara de la promesa de la marca y el empleo de las TICS para mejorar la percepción de la marca demuestran ser factores cruciales en el contexto de la internacionalización del Mezcal de duranguense. Se concluyendo que existe una fuerte correlación entre el empleo de estrategias de branding y el grado de internacionalización de las empresas mezcaleras en el Estado de Durango.

El branding es un aspecto crucial en la industria del mezcal, ya que se trata de un producto con una gran diversidad de marcas y estilos. El mezcal tiene una historia y cultura ricas, y es importante que las marcas sean capaces de transmitir estos valores a través de su branding, así lo reconocen (Espinosa Meza y otros, 2017) mencionando que “la búsqueda de la preservación de la identidad de los mezcaleros se ve también reflejada en la utilización del mezcal, no solo como un producto para ser comercializado hacia el exterior, sino también como un objeto que se hace presente en la comunidad de su vida cotidiana”. Añaden que esta bebida es muy consumida bajo el contexto de distintas celebraciones, que van desde eventos espirituales, culturales y hasta sociales, como bodas, bautizos y más eventos especiales en la vida de una persona.

Palabras clave: branding estratégico; internacionalización; mezcal; mercados globales.

Educación y alfabetización financieras en estudiantes de las facultades de ingeniería y ciencias económicas de la Universidad de Antioquia al 2024

Financial education and financial literacy in students of the faculties of engineering and economics at the University of Antioquia to 2024.

Cesar Augusto Giraldo Prieto¹

RESUMEN

La presente investigación realiza un diagnóstico comparativo del nivel de educación y alfabetización financieras que poseen los estudiantes de los primeros y últimos semestres de las Facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia para el año 2024. En este caso se implementó como instrumento una encuesta aplicada a los estudiantes de dichos niveles y/o semestre en el que se encontraban matriculados al momento de la aplicación del instrumento. Los resultados evidencian que hay una brecha entre el conocimiento financiero y aplicación de estos conceptos en su diario vivir, además se identificó que, a nivel general, a pesar de que son estudiantes de educación superior y en programas afines a las finanzas como ciencias económicas, contables, administrativas, industriales entre otros, poseen bajo conocimiento de las finanzas personales. A nivel general, no hay una alta propensión al ahorro y a la planeación financiera, que podría afectar la calidad de vida y bienestar financiero de los estudiantes. Finalmente se percibe una falta de formación complementaria externa en finanzas personales, a lo recibido durante su ciclo profesional.

Palabras clave: finanzas personales, alfabetización financiera, educación financiera, hábitos financieros.

¹ Universidad de Antioquia, Colombia. cesar.giraldop@udea.edu.co

ABSTRACT

This research makes a comparative diagnosis of the level of financial education and financial literacy of students in the first and last semesters of university for the year 2024. In this case, a survey was implemented as an instrument applied to students at those levels and/or semesters in which they were enrolled at the time of the application of the instrument. The results show that there is a gap between financial knowledge and the application of these concepts in their daily lives, and it was also identified that, in general, although they are students of higher education and in programs related to finance such as economic, accounting, administrative and industrial sciences, among others, they have a low knowledge of personal finance. At a general level, there is not a high propensity for saving and financial planning, which could affect the quality of life and financial wellbeing of the students. Finally, there is a lack of external complementary training in personal finance to that received during their professional cycle.

Keywords: personal finance, financial literacy, financial education, financial habits

Análisis estratégico de la inversión extranjera del sector de consumo masivo en Colombia

Strategic analysis of foreign investment in the mass consumption sector in Colombia

Carlos Alfonso Márquez Ángel¹
Valentina Mestra Páez²

RESUMEN

La Inversión Extranjera Directa (IED) es el capital que empresas o agentes económicos extranjeros invierten a largo plazo en un país, fomentando el bienestar económico, la diversificación de bienes y servicios, y la transferencia de capital. Desde los años ochenta, la IED ha crecido significativamente a nivel mundial y es una fuente importante de financiamiento externo para los países en desarrollo.

Para ello con esta investigación se busca ser un aporte a futuras investigaciones con conocimientos amplios en cuanto a los temas de empresas de consumo masivo y que variables macroeconómicas están presente a la hora de hablar de inversiones extranjeras, a su vez, esta investigación se analiza el impacto que ha generado la inversión extranjera en la competitividad y el desarrollo económico del sector de consumo masivo en Colombia.

Palabras clave: inversión extranjera, empresas, bienes y servicios, consumo masivo.

ABSTRACT

Foreign Direct Investment (FDI) is the capital that foreign companies or economic agents invest in a country over the long

¹ Universidad del Sinú, Colombia. cmarqueza2004@yahoo.com

² Universidad del Sinú, Colombia. vmestrapaez@gmail.com

term, promoting economic well-being, the diversification of goods and services, and the transfer of capital. Since the 1980s, FDI has grown significantly worldwide and is an important source of external financing for developing countries.

To this end, this research seeks to contribute to future research with broad knowledge regarding the topics of mass consumption companies and what macroeconomic variables are present when talking about foreign investments. In turn, this research analyzes the impact that foreign investment has generated on the competitiveness and economic development of the mass consumption sector in Colombia.

Keywords: foreign investment, companies, goods and services, mass consumption

Evaluación de las empresas exportadoras del sector agropecuario en Córdoba: análisis de participación, categorización y productos líderes en 2022 y 2023

Evaluation of exporting companies in the agricultural sector in Córdoba: analysis of participation, categorization and leading products in 2022 and 2023

Carlos Alfonso Márquez Ángel¹
María Luisa Vidal Guerrero²
Nelson Andrés Figueroa Mendoza³

RESUMEN

El desempeño de estas compañías en el mercado global se examina en el estudio “Evaluación de las Empresas Exportadoras del Sector Agropecuario en Córdoba: Análisis de Participación, Categorización y Productos Líderes en 2022 y 2023”. Se determinaron los destinos internacionales y las principales categorías de productos exportados mediante una metodología basada en recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. La exportación de ganado vacuno ha aumentado significativamente, y Córdoba contribuye con el 80% del ganado vacuno exportado de Colombia, destacando en mercados como Egipto, Irak y Arabia Saudita. La sostenibilidad y la competitividad de las compañías de la región se ven afectadas por barreras como la falta de infraestructura adecuada y el acceso limitado a financiamiento. La necesidad de inversiones en infraestructura y políticas de apoyo financiero para fortalecer la industria agropecuaria en Córdoba, esto impiden que las compañías mejoren su productividad y cumplan con los estándares internacionales.

1 Universidad del Sinú, Colombia. cmarqueza2004@yahoo.com,

2 Universidad del Sinú, Colombia. marialuisavidalguerrero@gmail.com

3 Universidad del Sinú, Colombia nelsonfigueroa@unisinu.edu.co

Palabras clave: agropecuario, productividad, exportación, evaluación, empresas.

ABSTRACT

The performance of these companies in the global market is examined in the study “Evaluation of Exporting Companies in the Agricultural Sector in Córdoba: Analysis of Participation, Categorization and Leading Products in 2022 and 2023”. International destinations and the main categories of exported products were determined through a methodology based on the collection and analysis of quantitative and qualitative data. The export of beef cattle has increased significantly, and Córdoba contributes 80% of the beef cattle exported from Colombia, standing out in markets such as Egypt, Iraq and Saudi Arabia. The sustainability and competitiveness of companies in the region are affected by barriers such as lack of adequate infrastructure and limited access to financing. The need for investments in infrastructure and financial support policies to strengthen the agricultural industry in Córdoba prevent companies from improving their productivity and complying with international standards.

Keywords: agriculture, productivity, export, evaluation, companies.

El emprendimiento en los jóvenes universitarios y su relación con la educación financiera

Entrepreneurship among young university students and its relationship with financial education

Rene Alexander Garzón Camacho¹

RESUMEN

Investigaciones realizadas en educación financiera – Financial Literacy- han desarrollado diferentes análisis, entre ellos, algunos estudios han centrado su esfuerzo a entender como los universitarios, responden a situación en cuestiones financieras; en este primer acercamiento al estudio realizado a jóvenes universitarios en Colombia se basa en una encuesta de 227 estudiantes universitarios de programas afines a la gestión empresarial, en una primera parte se citan investigaciones que dan información de estos casos.

Algunos de los resultados visibles de esta investigación dan por sentado que la unión entre educación financiera y el emprendimiento distan en la falta de conocimiento de los estudiantes universitarios para crear sus empresas por la falta notable de bases en finanzas, en últimas, se busca analizar la relación que tienen estos jóvenes universitarios con el emprendimiento dando valiosos aportes para poder formar mejor a los futuros emprendedores en conocimiento, toma y solución de problemas en económico financiero.

Palabras clave: educación financiera, emprendimiento, educación universitaria.

Código JEL: G53

¹ Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia. rene.garzon@campusucc.edu.co

ABSTRACT

Research carried out in Financial Literacy has developed different analyses, among them, some studies have focused their efforts on understanding how university students respond to situations in financial matters; in this first approach to the study carried out on young university students in Colombia, it is based on a survey of 227 university students from programs related to business management, in a first part, research is cited that gives information on these cases.

Some of the visible results of this research take for granted that the union between financial education and entrepreneurship is far from the lack of knowledge of university students to create their companies due to the notable lack of foundations in finance, ultimately, it seeks to analyze the relationship that these young university students have with entrepreneurship, giving valuable contributions to better train future entrepreneurs in knowledge, decision-making and solution of problems in economic finance.

Keywords: financial literacy, entrepreneurship, university education

Prácticas de liderazgo empresarial sustentable: estrategias para mejorar el desempeño ambiental en las organizaciones

Sustainable business leadership practices: strategies to improve environmental performance in organizations

Prince Luz Torres Salazar¹

Valentina Orozco Valdelamar²

Jessica Gómez Castro³

RESUMEN

Esta investigación se enfoca en cómo los líderes adoptan y promueven políticas ambientales dentro de sus organizaciones. El objetivo principal es analizar y evaluar las prácticas de liderazgo que fomentan la sostenibilidad, la responsabilidad ambiental y el desarrollo sostenible, con el fin de identificar estrategias efectivas que puedan mejorar el desempeño ambiental y social de las empresas.

Para alcanzar este objetivo, se llevará a cabo una revisión documental de 50 referencias bibliográficas obtenidas de bases de datos científicas como Google Scholar, Scopus y Web of Science (WOS). A través de un análisis exhaustivo, se buscará identificar las diversas estrategias que las empresas han implementado para mitigar el cambio climático, así como las políticas ambientales efectivas que han adoptado. Este enfoque permitirá comprender mejor las prácticas de liderazgo que contribuyen a la sostenibilidad y el desarrollo sostenible en el ámbito empresarial.

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia prince.torres@unisimon.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia valentina.orozco2@unisimon.edu.co

3 Universidad Simón Bolívar, Colombia jessica.gomez1@unisimon.edu.co

Palabras clave: desarrollo sostenible, sustentabilidad empresarial, economía medioambiental.

Código JEL: Q01: Desarrollo Sostenible M14: Responsabilidad social Q5: Economía medioambiental

ABSTRACT

This research focuses on how leaders adopt and promote environmental policies within their organizations. The main objective is to analyze and evaluate leadership practices that promote sustainability, environmental responsibility and sustainable development, to identify effective strategies that can improve the environmental and social performance of companies.

To achieve this objective, a documentary review of 50 bibliographic references obtained from scientific databases such as Google Scholar, Scopus and Web of Science (WOS) will be carried out. Through an exhaustive analysis, we will seek to identify the various strategies that companies have implemented to mitigate climate change, as well as the effective environmental policies they have adopted. This approach will provide a better understanding of the leadership practices that contribute to sustainability and sustainable development in business.

Keywords: sustainable development, social responsibility, environmental economics.

Paneles solares: la sostenibilidad para los negocios gastronómicos de la costa caribe Colombiano

Solar panels: sustainability for food businesses on the Colombian caribbean coast

Karol Mishell Rueda Vergara¹
Prince Luz Torres Salazar²

RESUMEN

El objetivo del estudio es proponer la implementación de paneles solares en negocios de comida de la región caribe Colombiana para reducir emisiones de CO₂ y promover la sostenibilidad. Los objetivos específicos incluyen la reducción de gases de efecto invernadero, la promoción de energía solar como alternativa limpia y la evaluación de beneficios como ahorro energético y reducción de dependencia de combustibles fósiles.

La metodología contemplará una revisión documental de 70 artículos de las bases de datos: Scopus, Google Scholar y Web of Science, enfocadas en estudios sobre cambio climático, efectos de paneles solares y sus beneficios. Se seleccionarán fuentes entre de 2019-2024 con criterios que incluyeron impacto económico y confiabilidad. Se espera que la implementación de paneles solares contribuya significativamente a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), mejore la sostenibilidad y demuestre la rentabilidad económica a largo plazo en el contexto local.

Palabras clave: fuentes de energía alternativa, calentamiento global, desarrollo sostenible, sostenibilidad, servicios eléctricos

Código JEL: Q42; Q54; Q01; Q56; L94

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia. karol.rueda@unisimon.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. prince.torres@unisimon.edu.co

ABSTRACT

The study aims to propose the implementation of solar panels in food businesses in the major cities of the Colombian Caribbean coast to reduce CO2 emissions and promote sustainability. The specific objectives include reducing greenhouse gas emissions, promoting solar energy as a clean alternative, and evaluating benefits such as energy savings and reduced dependence on fossil fuels.

The methodology involved a documentary review of 70 bibliographies obtained from Scopus, Google Scholar, and Web of Science, focusing on studies related to climate change, the effects of solar panels, and their benefits. Sources from 2019-2023 were selected based on criteria including economic impact and reliability. The implementation of solar panels is expected to significantly contribute to reducing greenhouse gas emissions, improving sustainability, and demonstrating long-term economic profitability in the local context.

Keywords: alternative energy sources, global warming, sustainable development, sustainability, electric utilities.

El servicio al cliente como ventaja competitiva en la educación superior: estudio de caso Armenia

Customer service as a competitive advantage in higher education: case study from Armenia

Claudia Marcela Muñoz Guzman¹

Lorena Giraldo Aristizabal²

José David Londoño-Cardozo³

Daniel Felipe Muñoz Flórez⁴

RESUMEN

El proyecto tiene como objetivo analizar la importancia de un buen servicio al cliente como factor de competitividad en las organizaciones privadas (Instituciones de Educación Superior IES de Armenia, caso de estudio). Se parte de un enfoque mixto, permitiendo suministrar profundidad en la información, dispersión y riqueza interpretativa. Las universidades encuestadas tienen aspectos muy positivos de un buen servicio al cliente, esta afirmación la ratifican los grupos de interés de estudiantes como cliente externo y docentes y directores de programa como cliente interno, sin embargo, hay elementos que son sujeto de mejora y que deben de ser revisados para lograr una percepción adecuada. Como resultado se consolidan acciones enfocadas en un buen servicio al cliente como parte de una adecuada dinámica comercial en las organizaciones en este caso de las IES. Se concluye que es muy importante contar con un buen servicio al cliente por parte de las organizaciones, ya que este apoya en garantizar el éxito empresarial.

1 Institución Universitaria EAM, Colombia. cguzman@eam.edu.co

2 Institución Universitaria EAM, Colombia. lorengiraldoa@eam.edu.co

3 Universidad Nacional de Colombia, Colombia. jodlondonoca@una.edu.co

4 Institución Universitaria EAM, Colombia. daniel.munoz.5934@eam.edu.co

Palabras clave: competitividad, cultura organizacional, instituciones de educación superior, servicio al cliente.

Código JEL: M14

ABSTRACT

The project aims to analyze the importance of good customer service as a factor of competitiveness in private organizations (Higher Education Institutions IES of Armenia, case study). It is based on a mixed approach, allowing for the provision of depth of information, dispersion and interpretative richness. The universities surveyed have very positive aspects of good customer service. This statement is confirmed by the interest groups of students as an external client and teachers and program directors as an internal client. However, there are elements that are subject to improvement and that must be improved. to be reviewed to achieve an adequate perception. As a result, actions focused on good customer service are consolidated as part of adequate commercial dynamics in organizations, in this case HEIs. It is concluded that it is very important to have good customer service from organizations, since this helps guarantee business success.

Keywords: competitiveness, organizational culture, higher education institutions, customer service.

Implicaciones éticas de la inteligencia artificial (IA) en el marketing: enfoques y aplicaciones

Ethical implications of artificial intelligence (ai) in marketing: approaches and applications

Mario Rolando Paredes Escobar¹

Oscar Javier Robayo-Pinzón²

Sandra Patricia Rojas-Berrío³

RESUMEN

La inteligencia artificial (IA) provee ventajas para los negocios. Su adopción, presenta oportunidades para mejorar los procesos de marketing, a la vez de transformar el comportamiento del consumidor. A pesar de estos beneficios, también plantea desafíos importantes que requieren atención. El presente estudio intenta responder la pregunta de investigación: ¿Qué dilemas éticos plantea la implementación de la IA en el marketing de las organizaciones? Para ello, se realiza un análisis exploratorio sobre las implicaciones éticas de la IA en el marketing. Basado en literatura científica publicada en revistas académicas de alto impacto, se identifican los principales marcos teóricos que abordan el “lado oscuro” de la IA en la comercialización de productos y servicios para proveer contribuciones teóricas, además de señalar los elementos que los empresarios pueden considerar en la implementación de la IA. Finalmente, se proponen líneas de investigación para profundizar en la comprensión de este fenómeno.

1 IPADE Business School, México. mparedes@ipade.mx

2 Universidad del Rosario, Colombia. oscar.robayo@urosario.edu.co

3 Universidad Nacional de Colombia, Colombia. sprojasb@unal.edu.co

Palabras clave: inteligencia artificial; gerencia de marketing; privacidad; aspectos éticos.

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI) offers advantages for businesses. Its adoption presents opportunities to improve marketing processes while transforming consumer behavior. Despite these benefits, it also poses significant challenges that require attention. This study intends to answer the following Research Question: What ethical dilemmas does the implementation of AI in organizational marketing present? This article conducts an exploratory analysis of the ethical implications of AI in marketing. Based on scientific literature published in high-impact academic journals, it identifies the main theoretical frameworks addressing the “dark side” of AI in the commercialization of products and services. The article provides theoretical contributions and focuses on key elements for practitioners to consider when implementing AI. Finally, it proposes future research lines to deepen the understanding of these ethical implications.

Keywords: artificial intelligence; marketing management; privacy; ethical issues.

Economía popular en San Victorino: desafío laborales y ambientales

Popular economy in San Victorino: labor and environmental challenges

Lida Esperanza Villa-Castaño¹
Miguel Ángel Montealegre Gallo²
Angie Yeraldin Fonseca Estupiñán³

RESUMEN

En este trabajo nos proponemos analizar los desafíos laborales y ambientales que enfrentan las unidades económicas situadas en San Victorino, específicamente aquellas dedicadas a los negocios textiles. La metodología utilizada para desarrollar este objetivo consistió en un enfoque cualitativo y una interpretación hermenéutica. Se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas a diferentes unidades económicas. Los hallazgos evidencian la vulnerabilidad de los derechos sociales de los trabajadores que laboran a destajo. Por otro lado, se muestra una consciencia del impacto medioambiental que generan estas unidades económicas, al mismo tiempo que se revela la ausencia de una política medioambiental que permita a estas unidades minimizar el impacto de su actividad comercial.

Palabras claves: historia de las microempresas, contratos laborales, medio ambiente y comercio

1 Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia. lida.villacas@campusucc.edu.co

2 Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia. miguel.montealegre@campusucc.edu.co

3 Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia. angie.fonsecae@campusucc.edu.co

ABSTRACT

In this paper we propose to analyze the labor and environmental challenges faced by the economic units located in San Victorino, specifically those dedicated to textile businesses. The methodology used to develop this objective consisted of a qualitative approach and a hermeneutic interpretation. Ten semi-structured interviews were conducted with different economic units. The findings show the vulnerability of the social rights of workers who work on piecework. On the other hand, it shows an awareness of the environmental impact generated by these economic units, while revealing the absence of an environmental policy that would allow these units to minimize the impact of their commercial activity.

Keywords: micro-business history, employment contracts, environment and trade

Análisis de los bonos verdes como estrategia financiera de los bancos en Colombia.

Analysis of green bonds as a financial strategy for banks in Colombia.

Leidy Bibiana De La Ossa Villadiego¹

María José Gómez Caldera²

Alejandra Pérez Henao³

Dayana Fernández Viana⁴

Juranys Galván Higuita⁵

RESUMEN

Los bonos verdes son un instrumento financiero diseñado para aprovechar los mercados financieros y respaldar inversiones enfocadas en aspectos medioambientales y climáticos (World Bank, 2018). En Colombia, los bancos han adoptado los bonos verdes como parte de sus estrategias financieras, respondiendo a la creciente demanda de proyectos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La emisión de estos bonos ha impulsado proyectos sostenibles, aunque persisten desafíos significativos. Esta investigación con enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y parcialmente exploratorio, tiene como objetivo, analizar cómo la emisión de bonos verdes influye en la sostenibilidad y el desempeño financiero de los bancos en Colombia, estableciendo una base teórica sólida e identificando patrones y tendencias que afectan la efectividad de estos instrumentos financieros.

1 Universidad de Antioquia, Colombia. leidy.delaossa@udea.edu.co

2 Universidad de Antioquia, Colombia. maria.gomezc1@udea.edu.co

3 Universidad de Antioquia, Colombia. alejandra.perezh1@udea.edu.co

4 Universidad de Antioquia, Colombia. dayana.fernandezv@udea.edu.co

5 Universidad de Antioquia, Colombia. juranys.galvan@udea.edu.co

Palabras clave: bancos; bonos; desarrollo sostenible; finanzas

Código JEL: G21; G12; Q01; G20

ABSTRACT

Green bonds are a financial instrument designed to take advantage of financial markets and support investments focused on environmental and climate aspects (World Bank, 2018). In Colombia, banks have adopted green bonds as part of their financial strategies, responding to the growing demand for projects aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs). The issuance of these bonds has boosted sustainable projects, although significant challenges remain. This qualitative, descriptive and partially exploratory research aims to analyze how the issuance of green bonds influences the sustainability and financial performance of banks in Colombia, establishing a solid theoretical basis and identifying patterns and trends that affect the effectiveness of these financial instruments.

Keywords: banks; bonds; sustainable development; finance.

Influencia de la metodología lean startup sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios

Influence of the lean startup methodology on the entrepreneurial intentions of university students

Andrés Fernández¹

Jorge Enrique Romero Muñoz²

Fabio Blanco³

RESUMEN

El emprendimiento es crucial para el desarrollo económico. Aunque la intención emprendedora (IE) es alta en Colombia, la baja tasa de supervivencia empresarial e innovación sugiere que la IE puede no estar suficientemente alineada con el mercado. Se presenta la metodología lean startup (LS) como una metodología pragmática centrada en el cliente y con un gran potencial para la identificación de modelos de negocio exitosos. El presente estudio busca analizar la influencia que tiene la enseñanza de la metodología LS sobre la IE de los estudiantes universitarios de la zona centro de Colombia. Se emplea un enfoque cuantitativo con diseño cuasiexperimental, incluyendo pre-test y post-test. La muestra incluye 384 estudiantes de cuatro departamentos. El análisis de datos incluye ANOVA de medidas repetidas y una regresión. Los resultados evaluarán la efectividad de la enseñanza de LS para fomentar la IE, con implicaciones para las políticas de emprendimiento regional.

1 Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia, andres.fernandez03@uptc.edu.co

2 Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia, jorge.romero@uptc.edu.co

3 Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia, fabio.blanco01@uptc.edu.co

Palabras clave: Lean startup, intención emprendedora, educación universitaria.

Código JEL: L26, I23.

ABSTRACT

Entrepreneurship is crucial for economic development. Although entrepreneurial intention (EI) is high in Colombia, the low business survival and innovation rate suggests that EI may not be sufficiently aligned with the market. The lean startup (LS) methodology is presented as a pragmatic, customer-focused methodology with great potential for identifying successful business models. This study aims to analyze the influence of teaching the LS methodology on the EI of university students in the central region of Colombia. A quantitative approach with a quasi-experimental design, including pre-test and post-test, is employed. The sample includes 384 students from four departments. Data analysis includes repeated measures ANOVA and regression. The results will evaluate the effectiveness of LS teaching in fostering EI, with implications for regional entrepreneurship policies.

Keywords: Lean startup, entrepreneurial intention, university education.

Desarrollo del pensamiento computacional en estudiantes de administración de empresas, con Python, con miras a desarrollar competencias en ciencia de datos con técnicas de machine learning

Development of computational thinking in business administration students, with python, with a view to developing data science skills with machine learning techniques

Leidy Bibiana de la Ossa Villadiego¹
Marco Julio Cañas Campillo²

RESUMEN

El objetivo de la investigación es el diseño de una propuesta de enseñanza-aprendizaje para el desarrollo del Pensamiento Computacional (PC) en estudiantes de Administración de Empresas, utilizando lenguaje Python con el ánimo de introducir a los estudiantes a la ciencia de datos con técnicas de Machine Learning. Tiene enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y se empleará un estudio de caso, que permitirá comprender en profundidad los procesos y las experiencias de los estudiantes. Los resultados, destacan la relevancia del PC como una habilidad esencial en el campo empresarial, donde el análisis de datos y el Machine Learning se han vuelto cruciales para la toma de decisiones y resolución de problemas. El desarrollo de estas habilidades en los estudiantes proporciona ventajas competitivas. La formación en PC debe ser considerada como parte integral del currículo de los programas de Administración de Empresas, para preparar a los estudiantes a los nuevos desafíos laborales.

1 Universidad de Antioquia, Colombia.leidy.delaossa@udea.edu.co

2 Universidad de Antioquia, Colombia.marco.canas@udea.edu.co

Palabras clave: Python, machine learning, administración de empresas, pensamiento computacional.

Código JEL: C63, C88, M10, C63

ABSTRACT

The objective of the research is to design a teaching-learning proposal for the development of Computational Thinking (CT) in Business Administration students, using Python language with the aim of introducing students to data science with Machine Learning techniques. It has a qualitative approach, of descriptive type, and a case study will be employed to deeply understand the processes and experiences of the students. The results highlight the relevance of CT as an essential skill in the business field, where data analysis and Machine Learning have become crucial for decision-making and problem-solving. Developing these skills in students provides competitive advantages. CT training should be considered an integral part of Business Administration programs' curriculum to prepare students for new labor challenges.

Keywords: Python, machine learning, business administration, computational thinking.

La Tatacoa: iniciativas empresariales locales, política pública de turismo sostenible y resiliencia global post pandemia

The Tatacoa: local entrepreneurial initiatives, sustainable tourism public policy, and post pandemic global resilience

José Jardani Giraldo Uribe¹

María Del Pilar Sánchez Muñoz²

RESUMEN

Después de la pandemia el sector turístico ha enfrentado retos para su recuperación a nivel mundial. El objetivo de esta investigación es conocer las iniciativas empresariales locales que reactivaron el turismo, encaminado hacia lo sostenible, en el Desierto de la Tatacoa, y la capacidad de resiliencia global en otros destinos desérticos del mundo. Identificar las estrategias exitosas de recuperación permite a la comunidad local tomar decisiones informadas, mejorar la competitividad del destino, promover el desarrollo sostenible y garantizar experiencias turísticas de calidad. El tipo de investigación utilizada es explicativa, con teoría fundamentada. Se toma información de la comunidad local de la Tatacoa, las experiencias en otros destinos desérticos y literatura científica sobre turismo sostenible y post pandemia. Se deben sumar esfuerzos de política pública para aplicar estrategias en la planificación turística; la mejora en la competitividad; la gestión sostenible del destino; y la adaptación a los cambios del mercado.

Palabras clave: turismo; desarrollo sostenible; política pública; planificación y política de desarrollo regional

1 Docente titular Facultad de Economía y Administración. Universidad SurColombiana. - jose.giraldo@usco.edu.co

2 Profesora Titular. Territorial Huila, Caquetá y bajo Putumayo. Escuela Superior de Administración Pública - ESAP, Colombia mariap.sanchez@esap.edu.co

ABSTRACT

After the pandemic, the tourism sector has faced challenges in its global recovery. This research aims to understand the local entrepreneurial initiatives that reactivated tourism, oriented towards sustainability, in the Tatacoa Desert, and the global resilience capacity in other desert destinations worldwide. Identifying successful recovery strategies allow the local community to make informed decisions, improve the destination's competitiveness, promote sustainable development, and guarantee quality tourist experiences. The research uses an explanatory approach with grounded theory. Information is gathered from the local community of the Tatacoa, experiences in other desert destinations, and scientific literature on sustainable tourism and the post-pandemic period. Public policy efforts should be added to implement strategies in tourism planning, improving competitiveness, sustainable destination management, and adaptation to market changes.

Keywords: tourism; sustainable development; government policy; regional development planning and policy

JEL Classification : L83; Q01; Q58; R58

Análisis de los factores determinantes de éxito en las alianzas con proveedores de la EMAVI

Analysis of the determinants of success in alliances with emavi's suppliers

Johanna Jimena Castillo Penagos¹

Miguel Ángel Castrillón Romero²

RESUMEN

Esta investigación de tipo correlacional busca analizar y determinar los factores de éxito en las alianzas estratégicas de la Escuela Militar de Aviación “Marco Fidel Suárez” EMAVI con sus diversos proveedores, como una herramienta fundamental para fortalecer la misión de la Fuerza Aérea Colombiana FAC. Se analizarán esas alianzas con base en acuerdos colaborativos con entidades externas, explorando aspectos de colaboración estratégica, incluyendo variables como la comunicación efectiva, la gestión de confianza y los roles y responsabilidades. Metodológicamente, se utilizó el método empírico – analítico documental con un enfoque mixto, de variables cuantitativas y cualitativas, para comprobar las hipótesis resultantes mediante el análisis de Modelación por Ecuaciones Estructurales SEM (por sus siglas en inglés).

Palabras clave: alianzas; factores; proveedores.

Código JEL: L14; L24; M21

¹ Escuela Militar de Aviación “Marco Fidel Suárez, Colombia. jjcastillop@emavi.edu.co

² Escuela Militar de Aviación “Marco Fidel Suárez, Colombia. macastrillonr@emavi.edu.co

ABSTRACT

This correlational research seeks to analyze and determine the success factors in the strategic alliances of the Escuela Militar de Aviación “Marco Fidel Suárez” EMAVI with its various suppliers, as a fundamental tool to strengthen the mission of the Colombian Air Force FAC. These alliances will be analyzed based on collaborative agreements with external entities, exploring aspects of strategic collaboration, including variables such as effective communication, trust management and roles and responsibilities. Methodologically, the empirical analytical documentary method was used with a mixed approach, of quantitative and qualitative variables, to test the resulting hypotheses through the analysis of Structural Equation Modeling SEM (Structural Equation Modeling).

Keywords: alliances; factors; suppliers.

JEL Code: L14; L24; M21

Intención emprendedora en los estudiantes universitarios en Colombia

Entrepreneurial intentions among university students in Colombia

Fabio Blanco-Mesa¹
Andrés Fernández-Rosas²
Dianny Fernández-Samacá³
Dana Valentina Suárez⁴
Laura Isabel Hernández⁵

RESUMEN

El trabajo analiza los factores que influyen en la intención emprendedora de los universitarios en Colombia. Para ello se tendrá en cuenta los datos del informe GUESSS 2022-2023 para Colombia. Las relaciones entre las variables exógenas (entorno, conocimiento y aprendizaje), tres variables latentes endógenas (comportamiento y actitud) con la intención emprendedora (ideación y orientación) se estimarán mediante ecuaciones estructurales (SEM) con PLS-PM. La población objeto de estudio son 13.041 participantes de 30 instituciones de educación superior de las principales ciudades de Colombia. Los resultados esperados buscan establecer la influencia que tienen las variables exógenas y endógenas en la intención emprendedora.

Palabras clave: intención emprendedora, educación en emprendimiento, pls-pm, Colombia.

Código JEL: L26, I23

1 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. fabio.blanco01@uptc.edu.co

2 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. andres.fernandez03@uptc.edu.co

3 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. dianny.fernandez@uptc.edu.co

4 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. danna.suarez01@uptc.edu.co

5 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. laura.hernandez29@uptc.edu.co

ABSTRACT

This paper analyzes the factors that influence the entrepreneurial intentions of university students in Colombia. For this purpose, data from the GUESSS 2022- 2023 report for Colombia will be considered. The relationships between exogenous variables (environment, knowledge and learning), three endogenous latent variables (behavior and attitude) with entrepreneurial intention (ideation and orientation) will be estimated by structural equations (SEM) with PLS-PM. The study population is 13,041 participants from 30 institutions of higher education in the main cities of Colombia. The expected results seek to establish the influence of exogenous and endogenous variables on entrepreneurial intention.

Keywords : entrepreneurial intention, entrepreneurship education, PLS-PM

Gestión verde de los recursos humanos y el desempeño ambiental organizacional: un análisis bibliométrico

Green human resources management and organizational environmental performance: a bibliometric analysis

Juan Carlos Ruiz Torres¹

Gina Paola Fonseca Cifuentes²

Yuliana Ximena Salas Franco³

RESUMEN

La gestión de los recursos humanos ha experimentado una transformación y ha incorporado elementos de la sostenibilidad y la medición de su desempeño. No obstante, escasos estudios han examinado la conexión entre la gestión verde de los recursos humanos y el desempeño ambiental en los ámbitos de administración, negocios y la organización. Se llevó a cabo un análisis bibliométrico, con el establecimiento de criterios de inclusión y exclusión mediante la metodología PRISMA, se tomaron artículos científicos publicados entre 2012 y 2023. El estudio examinó el número de artículos producidos por año, las áreas de publicación, los países en los que se desarrollan las publicaciones, los autores más destacados, las teorías utilizadas, el análisis de co-ocurrencia, las redes de co-citación, entre otros elementos que permiten establecer las tendencias primordiales de investigación en esta temática.

Palabras clave: recursos humanos, sostenibilidad y administración de empresas y gestión de personal.

1 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. juan.ruiz@uptc.edu.co

2 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. gina.fonseca01@uptc.edu.co

3 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. yuliana.salas@uptc.edu.co

ABSTRACT

Human resource management has undergone a transformation, incorporating elements of sustainability and performance measurement. However, few studies have examined the connection between green human resource management and environmental performance in the fields of administration, business, and organization. A bibliometric analysis was conducted, with inclusion and exclusion criteria established using the PRISMA methodology, considering scientific articles published between 2012 and 2023. The study examines the number of articles produced per year, publication areas, countries where publications are developed, the most prominent authors, theories used, co-occurrence analysis, co-citation networks, among other elements that allow us to establish the main research trends in this topic.

Keywords: human resources, sustainability, business administration general y personnel management

Identificación de factores relevantes en la competitividad de la industria de producción de cerveza artesanal

Identification of relevant factors in the competitiveness of the craft beer production industry

Fabio Blanco-Mesa¹

Jheisson Andrés Abril Teatin²

Dianny Fernández-Samacá³

Luis Nemojon⁴

RESUMEN

La competitividad se ha convertido en un factor esencial de las empresas, para adaptarse a los cambios inducidos por la globalización. En Colombia una industria que se encuentra en auge es la producción y comercialización de cerveza artesanal. La presente investigación tiene como objetivo principal identificar los factores relevantes en la competitividad de la industria de producción de cerveza artesanal, con el fin de proporcionar una comprensión más profunda y clara de la competitividad de este sector. El enfoque seleccionado para llevar a cabo esta investigación será cuantitativo y de carácter descriptivo. La población de interés en esta investigación está constituida por las empresas de producción de cerveza artesanal de Colombia. Los resultados se analizarán mediante análisis de componentes principales (ACP), para identificar patrones subyacentes y extraer información relevante sobre la competitividad del sector y el análisis FSQCA para identificar configuraciones de condiciones relacionadas con un resultado de interés.

1 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. fabio.blanco01@uptc.edu.co

2 Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile. jabril@doctorado.ucsc.cl

3 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. dianny.fernandez@uptc.edu.co

4 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. luis.nemojon@uptc.edu.co

Palabras clave: competitividad, cinco fuerzas de porter, análisis de componentes principales, cerveza artesanal.

Código JEL: M21, L25, L11

ABSTRACT

Competitiveness has become an essential factor for companies to adapt to the changes induced by globalization. In Colombia, an industry that is booming is the production and commercialization of craft beer. The main objective of this research is to identify the relevant factors in the competitiveness of the craft beer production industry, to provide a deeper and clearer understanding of the competitiveness of this sector. The approach selected to carry out this research will be quantitative and descriptive in nature. The population of interest in this research is constituted by craft beer production companies in Colombia. The results will be analyzed through principal component analysis (PCA), to identify underlying patterns and extract relevant information on the competitiveness of the sector and FSQCA analysis to identify configurations of conditions related to an outcome of interest.

Keywords: competitiveness, porter's five forces, principal component analysis, craft beer.

Impacto socioeconómico y ambiental de la producción de biocombustibles en el Valle del Cauca.

Socioeconomic and environmental impact of biofuel production in the Valle del Cauca.

María Lauren Rosero Aguilar¹

Diego Fernando Vargas Calderón²

Marisol Muñoz³

RESUMEN

En Colombia se inició la producción de bioetanol a través de ingenios azucareros como parte del proceso de la caña de azúcar, con el propósito de aprovechar los insumos utilizados para generar azúcar. Sin embargo, se presume que el proceso que converge para producir etanol causa impactos negativos en las zonas cercanas donde se ubican los molinos, afectando el desarrollo sostenible. Así, esta investigación buscó evaluar el impacto socioeconómico y ambiental en el desarrollo sostenible en los municipios del Valle del Cauca donde se produce etanol a partir de la zona de producción plantada con caña de azúcar. Para lograr este objetivo, se utilizaron tres herramientas para la recolección de datos: revisión documental, instrumento de encuesta y observación. Para ello, se aplicó un modelo de evaluación de impacto bajo la metodología Propensity Score Matching (PSM), un Índice de Sostenibilidad Ambiental y un modelo de cointegración en el precio de los artículos de la canasta familiar

Palabras clave: bioetanol, caña de azúcar, cultivos, sostenibilidad

Código JEL: Q01

¹ Universidad Libre Seccional Cali. Colombia. marial.roseroa@unilibre.edu.co

² Universidad Libre Seccional Cali. Colombia. diegof.vargasc@unilibre.edu.co

³ Universidad Libre Seccional Cali. Colombia. marisol.munoz@unilibre.edu.co

ABSTRACT

Bioethanol production began in Colombia by means of sugar mills as part of the sugarcane process, with the purpose of taking advantage of the inputs used to generate sugar. However, it is presumed that the process that converges to produce ethanol causes negative impacts in the nearby areas where the mills are located, affecting sustainable development. Thus, this research sought to evaluate the socioeconomic and environmental impact on sustainable development in the municipalities of Valle del Cauca where ethanol is produced from the production area planted with sugar cane. To achieve this objective, three tools were used for data collection: documentary review, survey instrument and observation. This was done to apply an impact assessment model under the Propensity Score Matching (PSM) methodology, an Environmental Sustainability Index, and a cointegration model in the price of family basket items.

Keywords: bioethanol, sugar cane, crops, sustainability

Incidencia de la economía circular en las organizaciones del sector social del eje cafetero para su permanencia en el régimen tributario especial

The circular economy incidence in the social sector organizations of the coffee axis for their permanence in the special tax regime

Laura Michel Santa Fajardo¹
Constanza Loreth Fajardo Calderón²
Ana Gladys Torres Castaño³

RESUMEN

Se analiza de la incidencia que implica la economía circular en la sostenibilidad de las organizaciones del sector social del Eje Cafetero de Colombia para su permanencia en el Régimen Tributario Especial (RTE), siendo una de las formalidades que permite enfocar sus prácticas hacia un rendimiento circular en el desarrollo de su actividad meritoria. Por lo que se realiza una caracterización de las organizaciones del sector social ubicadas en la región del Eje Cafetero de Colombia que integra los departamentos de Caldas, Risaralda y el Quindío, entendidas como entidades sin ánimo de lucro (ESAL) que pueden presentar calificación, actualización y readmisión al RTE con base en sus tipologías y actividades meritorias. En cuanto a la metodología, para tener una visión más completa y matizada del fenómeno se inspira en el enfoque mixto. Y a partir de los hallazgos obtenidos, se logra concluir una afectación de las entidades del sector no lucrativo en la Región Cafetera, tanto por la falta de mecanismos de sostenibilidad y la exclusión en el discurso de circularidad en la gestión organizacional y fiscal como en el manejo de excedentes

1 Universidad de Manizales, Colombia. lsanta@umanizales.edu.co

2 Universidad del Quindío, Colombia. oreth@uniQuindio.edu.co

3 Universidad del Quindío, Colombia. agtorres@uniQuindio.edu.co

en la reinversión de su actividad meritoria, donde el 59% de sus entidades quedaron por fuera de la calificación perdiendo las tarifas impositivas especiales

Palabras clave: Economía circular; sector social; entidades sin ánimo de lucro; régimen tributario especial.

Código JEL: Q01, Q57, L31, H21

ABSTRACT

This paper analyzes the impact of the circular economy on the sustainability of social sector organizations in the Coffee-growing Axis of Colombia for their permanence in the Special Tax Regime (RTE), being one of the formalities that allows them to focus their practices on a circular performance in the development of their meritorious activity. Therefore, a characterization of the social sector organizations located in the Coffee Axis region of Colombia that integrates the departments of Caldas, Risaralda and Quindío, understood as non-profit entities (ESAL) that can present qualification, update and readmission to the RTE based on their typologies and meritorious activities, is made. As for the methodology, to have a more complete and nuanced vision of the phenomenon, it is inspired by the mixed approach. And from the findings obtained, it is possible to conclude that the entities of the non-profit sector in the Coffee Region are affected, both by the lack of sustainability mechanisms and exclusion in the discourse of circularity in organizational and fiscal management and in the management of surpluses in the reinvestment of their meritorious activity, where 59% of their entities were left out of the qualification by losing the special tax rates.

Keywords: Circular economy; social sector, non-profit organizations, special tax regime.

La influencia de la globalización en las decisiones financieras de las empresas Colombianas: ¿una tensión entre Uppsala y Springboard?

The impact of globalization on the financial decision-making of Colombian companies: a conflict between uppsala and springboard approaches?

Nicolas Afanador Cubillos¹

Ricardo Bonilla Jiménez²

José Andrés Rueda Montaña³

David Andrés Londoño⁴

María Antonieta Collazos Ortiz⁵

RESUMEN

Este estudio analiza el impacto de la globalización en las decisiones financieras de las empresas Colombianas, especialmente las exportadoras. Se realizó un análisis cuantitativo con datos financieros de 2023 de empresas no financieras, empleando análisis PCA y de árboles jerárquicos. Los resultados preliminares muestran dos grupos diferenciados por su comportamiento financiero y nivel de exportación. Las empresas con mayor participación en exportaciones priorizan la eficiencia productiva y la gestión de activos a largo plazo, buscando competitividad internacional. Esta estrategia podría indicar una internacionalización tipo Springboard. Las empresas con menor participación se enfocan en la gestión de capital de trabajo y la rentabilidad a corto plazo, patrón que podría alinearse con una internacionalización gradual tipo Uppsala. El estudio evidencia la adaptación de las estrategias financieras a la globalización y

1 Fundación Universidad de América, Colombia. nicolasafanador@sismah.info

2 Corporación Universidad Minuto de Dios, Colombia. ricardo.bonilla@uniminuto.edu

3 Fundación Universidad de América, Colombia jose.rueda@profesores.uamerica.edu.co

4 Pontificia Universidad Javeriana; Colombia. davidlondono@javeriana.edu.co

5 Pontificia Universidad Javeriana; Colombia. mcollazos@javeriana.edu.co

abre la puerta a futuras investigaciones sobre la dualidad entre los modelos Uppsala y Springboard en Colombia, incluyendo la influencia geopolítica.

Palabras clave: análisis de componentes principales, árboles jerárquicos, globalización, internacionalización, modelos de internacionalización

ABSTRACT

This study examines the influence of globalization on the financial choices made by Colombian enterprises, with a particular focus on those engaged in exporting. A study was performed on the financial data of non-financial organizations from the year 2023. This research utilized PCA analysis and hierarchical trees. The initial findings indicate the presence of two clearly defined clusters characterized by their financial conduct and extent of exports. Companies that have a larger proportion of their sales coming from exports place a greater emphasis on improving their productivity and effectively managing their long-term assets, with the goal of being more competitive in the worldwide market. This concept may suggest a form of internationalization like the Springboard approach. Companies with a smaller market share prioritize the management of working capital and short-term profitability, which may correspond to a gradual Uppsala-type internationalization strategy. The study emphasizes the adjustment of financial strategies to globalization and paves the way for future research on the contrast between the Uppsala and Springboard models in Colombia, including geopolitical impact.

Keywords: principal component analysis, hierarchical clustering, globalization, internationalization models.

Educación financiera y inteligencia artificial

Financial literacy and artificial intelligence

Jorge Enrique Romero Muñoz¹
Hernán Antonio Báez Báez²
Andrés Alejandro Fernández Rosas³

RESUMEN

La educación financiera es un tema de interés para todas las personas, porque con lleva una mejora en la toma de decisiones cotidianas, mejorando el estilo de vida que tengan, la intervención de las nuevas tecnologías digitales y de la inteligencia artificial (IA) han mejorado notablemente la inclusión financiera de las personas al sistema financiero Colombiano, esta investigación analiza el impacto que han tenido estas tecnologías con las variables de educación financiera como son actitud, comportamiento y conocimiento. Dando como conclusión que estas tecnologías han mejorado la inclusión financiera, también la actitud y el conocimiento, pero falta mejorar los comportamientos financieros de las personas y esto podría ser algo que podría mejorar la IA si se programa mejor.

Palabras clave: Educación financiera, tecnologías digitales, inteligencia artificial.

Código JEL: G53

1 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia jenromu@hotmail.com

2 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. hernan.baez@uptc.edu.co

3 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. andres.fernandez03@uptc.edu.co

ABSTRACT

Financial education is a topic of interest to all people, because it leads to an improvement in daily decision-making, improving the lifestyle they have, the intervention of new digital technologies and artificial intelligence have significantly improved inclusion financial education of people to the Colombian financial system, this research analyzes the impact that these technologies have had on financial education variables such as attitude, behavior and knowledge. The conclusion is that these technologies have improved financial inclusion, as well as attitude and knowledge, but people's financial behaviors need to be improved, and this could be something that AI could improve if it is programmed better.

Keywords: Financial education, digital technologies, artificial intelligence

El liderazgo transformacional como mediador de la relación entre el tecnoestrés y el rendimiento académico de estudiantes universitarios

Transformational leadership as a mediator of the relationship between technostress and academic performance of university students

Juan Manuel Andrade Navia¹

Elías Ramírez Plazas²

Juan Camilo Ramírez García³

Diego Armando Bermeo Castro⁴

RESUMEN

El objetivo del estudio fue establecer la moderación del liderazgo transformacional en la relación entre el tecnoestrés y el rendimiento académico de estudiantes universitarios de pregrado de instituciones públicas y privadas en la región SurColombiana. El estudio fue de carácter cuantitativo bajo el método deductivo y de tipo explicativo correlacional. Se diseñó una encuesta de cuarenta y seis (46) preguntas con ayuda de la escala Likert para la medición de las variables. El constructo de tecnoestrés TE fue medido con un instrumento adaptado de la escala RED-Tecnoestrés propuesta por Llorens et al. (2011) y adaptado al contexto estudiantil universitario latinoamericano por Eidman & Felleau (2021); para la variable de liderazgo transformacional fue medido con un instrumento adaptado del modelo de Multifactor Leadership Questionnaire 5X versión corta (MLQ-5X) de Bass & Avolio (1995) y adaptado para el contexto docente universitario

1 Universidad SurColombiana, Colombia, juanitoandraden@gmail.com

2 Universidad SurColombiana, Colombia, Elias.ramirez@usco.edu.co

3 Universidad SurColombiana, Colombia, juan.ramirez@usco.edu.co

4 Universidad SurColombiana, Colombia, diego.bermeo@usco.edu.co

latinoamericano por Pérez et al. (2015); y para la variable de rendimiento académico RA, los ítems fueron adaptados de una escala propia desarrollada por los autores. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, y el constructo fue evaluado con el modelo de ecuaciones estructurales con apoyo del software SPSS AMOS. En total fueron aplicados 245 cuestionarios. Como resultado se obtuvo que existe una relación negativa y poco significativa entre el tecnoestrés (TE) y liderazgo transformacional (LTF) (-0,338; $p < 0,00$); una relación positiva y poco significativa entre el liderazgo transformacional (LTF) y el rendimiento académico (RA) (0,472; $p < 0,00$); y una relación directa positiva y poco significativa entre el tecnoestrés (TE) y el rendimiento académico (RA) (-0,553; $p < 0,00$). Se concluye que existe una moderación por parte del liderazgo transformacional exhibido por los docentes, aunque no en los niveles esperados y evidenciados en otros estudios realizados en diferentes contextos como el empresarial.

Palabras clave: liderazgo transformacional; tecnoestrés; rendimiento académico; universidades; educación superior.

Código JEL: A22, I23, L29, O15

ABSTRACT

The objective of the study was to establish the moderation of transformational leadership in the relationship between technostress and academic performance of undergraduate university students from public and private institutions in the SurColombian region. The study was quantitative under the deductive method and of a correlational explanatory type. A survey of forty-six (46) questions was designed with the help of the Likert scale for the measurement of the variables. The TE technostress construct was measured with an instrument adapted from the REDTechnostress scale proposed by Llorens et al. (2011) and adapted to the Latin American university student context by Eidman & Felleau (2021); for the transformational

leadership variable it was measured with an instrument adapted from the Multifactor Leadership Questionnaire 5X short version (MLQ-5X) model by Bass & Avolio (1995) and adapted for the Latin American university teaching context by Pérez et al. (2015); and for the academic performance variable AR, the items were adapted from a proprietary scale developed by the authors. Non-probabilistic convenience sampling was used, and the construct was evaluated with structural equation modeling supported by SPSS AMOS software. A total of 245 questionnaires were administered. A total of 245 questionnaires were administered. The results showed a negative and insignificant relationship between technostress (TE) and transformational leadership (LTF) (-0.338; $p < 0.00$); a positive and insignificant relationship between transformational leadership (LTF) and academic performance (RA) (0.472; $p < 0.00$); and a positive and insignificant direct relationship between technostress (TE) and academic performance (RA) (-0.553; $p < 0.00$). It is concluded that there is a moderation on the part of transformational leadership exhibited by teachers, although not at the levels expected and evidenced in other studies conducted in different contexts such as the business context.

Keywords: transformational leadership; technostress; academic performance; universities; higher education.

La innovación como factor estratégico para el desarrollo turístico sostenible del departamento del Quindío (Colombia)

Innovation as a strategic factor for sustainable tourism development in the department of Quindío (Colombia)

Beatriz Elena Guzmán Díaz¹

Ramiro Parra Hernández²

Edwin Tarapuez Chamorro³

RESUMEN

La investigación busca reconocer el papel de la innovación en el desarrollo turístico sostenible del Quindío; el estudio es cualitativo, descriptivo y correlacional, se utilizó información primaria y secundaria, se realizaron talleres de prospectiva estratégica con 40 expertos del sector, representantes de los estamentos universidad, empresa, Estado y sociedad. Se encontró que el Quindío tiene una oferta turística poco diferenciada, razón por la cual se requieren líneas de turismo especializadas, con productos y servicios diversificados orientados al fortalecimiento de comunidades locales y a la protección del patrimonio cultural y natural; se identificaron tres pilares fundamentales para lograr innovación turística: 1) investigación, ciencia y tecnología, 2) fortalecimiento de la cadena productiva y, 3) planificación y organización de la oferta en torno a la naturaleza y a la cultura cafetera. Se concluye que la innovación en turismo es un pilar fundamental para el desarrollo económico local y la sostenibilidad del territorio.

1 Universidad del Quindío, Colombia. eguzman@uniQuindio.edu.co

2 Universidad del Quindío, Colombia. rparra@uniQuindio.edu.co

3 Universidad del Quindío, Colombia. eitarapuez@uniQuindio.edu.co

Palabras clave: desarrollo económico local; innovación; turismo; sostenibilidad

Código JEL: L83

ABSTRACT

The research seeks to recognize the role of innovation in the sustainable tourism development of Quindío; The study is qualitative, descriptive and correlational, primary and secondary information was used, strategic foresight workshops were held with 40 experts from the sector, representatives of the university, business, State and society sectors. It was found that Quindío has a poorly differentiated tourist offer, which is why specialized lines of tourism are required, with diversified products and services aimed at strengthening local communities and protecting cultural and natural heritage; Three fundamental pillars were identified to achieve tourism innovation: 1) research, science and technology, 2) strengthening of the productive chain and, 3) planning and organization of the offer around nature and coffee culture. It concluded that innovation in tourism is a fundamental pillar for local economic development and the sustainability of the territory.

Keywords: local economic development; innovation; tourism; sustainability

La formación de administradores de empresas de la escuela nacional del deporte y su incidencia en la generación de competencias blandas para la empleabilidad año 2023

The training of business administrators from the national sports school and its impact on the generation of soft skills for employability in 2023

Luis Enrique David Tenorio¹

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo realizar un diagnóstico de la formación de administradores de empresas y su incidencia en la generación de competencias blandas, partiendo de la necesidad del sector productivo de mano de obra con habilidades más allá del contenido. Para lo anterior se utilizó una metodología de investigación teórico- empírica de índole relacional, cuyo enfoque es descriptivo teniendo presente el objetivo a alcanzar, evidenciado hoy por hoy en la captación del capital humano por parte de las organizaciones, siendo un punto fundamental y necesario para la evaluación del mismo. Como resultado se identificó a la resolución de problemas y el trabajo en equipo como las de mayor necesidad del sector productivo y las de menor impacto o apropiación por los estudiantes, siendo de suma importancia la incursión de actividades enfocadas a la confrontación del campo académico con el sector económico, con una mayor interacción de ambos.

¹ Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, Colombia. luis.david@endeporte.edu.co

Palabras clave: empleo; enseñanza superior; formación; habilidad; productividad.

Código JEL: A22; M1

ABSTRACT

The objective of this research was to carry out a diagnosis of the training of business administrators and its impact on the generation of soft skills, based on the productive sector's need for a workforce with skills beyond the content. For the above, a theoretical-empirical research methodology of a relational nature was used, whose approach is descriptive, keeping in mind the objective to be achieved, evidenced today in the capture of human capital by organizations, being a fundamental and necessary point for its evaluation. As a result, problem solving and teamwork were identified as those of greatest need in the productive sector and those with the least impact or appropriation by students, being of utmost importance the incursion of activities focused on the confrontation of the academic field with the economic sector, with greater interaction of both.

Keywords: employment; higher education; training; skill; productivity.

Factores que influyen en el desempeño de la sostenibilidad ambiental: un estudio aplicado al cultivo de café en Colombia

Factors influencing environmental sustainability performance: a study applied to coffee crops in Colombia

Alexis Rojas Ospina¹

RESUMEN

El Desempeño de la Sostenibilidad Ambiental (DSA) en la Actividad Agrícola (AA) es un tema de gran interés por su papel esencial en el futuro de la sociedad. La gestión eficiente de los recursos y el desarrollo de capacidades entre las personas involucradas en AA son esenciales para reducir el impacto ambiental y lograr la sostenibilidad a largo plazo. En este sentido, se desarrolló un modelo basado en AA y su relación con DSA mediante la revisión de la literatura científica relevante. Luego, el modelo fue validado empíricamente mediante un estudio de los cultivos de café en la región del Valle del Cauca en Colombia. Se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para analizar las relaciones causales entre los constructos teóricos, medidas mediante un instrumento de encuesta de 28 ítems agrupados en cinco bloques. La encuesta fue administrada a 692 administradores, gerentes y propietarios de Unidades Productoras Agrícolas (UPA) de café, y los datos fueron validados y analizados mediante la técnica de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) y el software SmartPLS Versión 4.0. Los resultados indican que la Asociatividad Empresarial (AE), la Gestión Agrícola (GA), la Participación Ciudadana (PC) y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) tienen una relación directa y positiva con la ESP. Además, este estudio encontró que las relaciones

¹ *Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, Colombia. alexis140387@gmail.com*

entre AE y GA, TIC y GA, y TIC y PC generan efectos indirectos significativos asociados con DSA. Finalmente, el estudio analiza el impacto de la gestión agrícola en el DSA y sus efectos sobre otras variables.

Palabras clave: gestión agrícola; participación ciudadana; asociatividad empresarial; desempeño de sostenibilidad ambiental; tecnologías de la información y las comunicaciones.

ABSTRACT

The Environmental Sustainability Performance (ESP) in Agricultural Activity (AA) is a topic of great interest due to its essential role in the future of society. Efficient resource management and capacity building among people engaged in AA are essential for reducing environmental impact and achieving long-term sustainability. In this regard, a model was developed based on AA and its relationship with ESP by reviewing the relevant scientific literature. The model was then empirically validated by surveying coffee crops in the Valle del Cauca region of Colombia. Structural equation modeling (SEM) was used to analyze the causal relationships between the theoretical constructs, measured using a 28-item survey instrument grouped into five blocks. The survey was administered to 692 administrators, managers, and owners of coffee Agricultural Producing Units (APUs), and the data were validated and analyzed using the partial least squares technique (PLS-SEM) and SmartPLS Version 4.0 software. The results indicate that Business Associativity (BA), Agricultural Management (AM), Citizen Participation (CP), and Information and Communication Technologies (ICTs) have a direct and positive relationship with ESP. Moreover, this study found that the relationships between AM and BA, ICT and AM, and ICT and CP generate significant indirect effects associated with ESP. Finally, the study discusses the impact of agricultural management on ESP and its effects on other variables.

Keywords: agricultural management; citizen participation; business associativity; environmental sustainability performance; information and communication technologies.

Influencia de las capacidades dinámicas en las instituciones prestadoras de servicios de salud en Colombia

Influence of dynamic capabilities on institutions providing health services in Colombia

Héctor Adrián Castro Páez¹
Martha Cecilia Cruz Vargas²

RESUMEN

Esta investigación identifica y analiza las capacidades dinámicas de las IPS Colombianas, y su utilidad desde el enfoque estratégico para este tipo de organizaciones prestadoras de servicios de salud. En ella se enmarcan los recursos internos y sus capacidades dinámicas con los que cuentan, para actuar en el mercado. El método que se utiliza es de tipo mixto, tomando como base los estudios científicos y sectoriales. Se analizan según el contexto donde operan siendo relevantes aquellas capacidades para detectar, capturar, aprovechar y reconfigurar los elementos tácticos y estratégicos para actuar en su entorno competitivo. Con este estudio se pretende dilucidar como las capacidades dinámicas influyen en la gestión de las instituciones prestadoras de servicios de salud en Colombia, desde lo individual (habilidades, motivaciones, experiencias, estímulos) y desde lo grupal (confianza, relaciones, comunicación, co-creación), lo que permite el desarrollo de las capacidades de innovación y la generación de redes de conocimiento en el sector salud. Este estudio contribuye a la identificación de prácticas, métodos y herramientas para la gestión de las IPS Colombianas, se aplicarán 362 encuestas a las IPS Colombianas y se realizan 8 entrevistas a gerentes de estas instituciones y trabajo de campo a una muestra. Se obtiene como

1 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC. yayanart@gmail.com

2 Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC. martha.cruz@uptc.edu.co

resultado la comprobación o rechazo de hipótesis.

Palabras clave: recursos; estrategia; capacidades dinámicas; salud.

Código JEL: M10

ABSTRACT

This research identifies and analyzes the dynamic capabilities of the Colombian IPS, and its usefulness from the strategic approach for this type of health service providing organizations. It includes the internal resources and dynamic capabilities they must act in the market. The method used is mixed, based on scientific and sectoral studies. They are analyzed according to the context in which they operate, with relevant capabilities to detect, capture, take advantage of and reconfigure tactical and strategic elements to act in their competitive environment. This study aims to elucidate how dynamic capabilities influence the management of institutions providing health services in Colombia, from the individual level (skills, motivations, experiences, stimuli) and from the group level (trust, relationships, communication, co-operation). creation), which allows the development of innovation capabilities and the generation of knowledge networks in the health sector. This study contributes to the identification of practices, methods and tools for the management of the Colombian IPS, 362 surveys will be applied to the Colombian IPS, and 8 interviews are carried out with managers of these institutions and field work with a sample. The result is the verification or rejection of hypotheses.

Keywords: resources; strategy; dynamic capabilities; health.

Sobre la comprensión de cómo se relaciona el entorno laboral con la fuerza de la marca desde la perspectiva de los colaboradores: evidencia inicial a partir de una prueba piloto de instrumentos

On the understanding of how work environment relates to brand strength from the collaborators perspective: initial evidence form an instrument pilot test.

Esteban Duran-Becerra¹
María Cristina Londoño Rubio²

RESUMEN

Se aplicó un instrumento de 19 ítems para medir constructos relacionados con la percepción psicológica del ambiente laboral y la percepción de los empleados de su ambiente laboral a 54 encuestados a través de una encuesta en línea como prueba piloto o sonda para validar dicho instrumento. Los resultados mostraron una alta confiabilidad general del instrumento y presentaron dos posibles configuraciones para modelar cómo interactúan el ambiente laboral y la fortaleza de marca, donde las variables latentes para cada concepto se construyen a través del Análisis de Componentes Principales. Los resultados dimensionales, se pueden implementar modelos simples consistentes de 2 a 3 variables latentes para cada concepto, el ambiente laboral y la fortaleza de marca, asegurando que se explique más del 70% de la varianza total; en resumen, dos modelos, uno que permite mediadores mientras que el otro los evita, surgen como consecuencia de la confiabilidad del instrumento y los análisis de componentes, demostraron que el instrumento es consistente y confiable y que, a través de un análisis de reducción.

¹ Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. esteban.ben.ik@gmail.com

² Universidad de América, Colombia. londonorubio@gmail.com

Palabras clave: ambiente de trabajo; bienestar; marca del empleador; fortalecimiento de la marca; cliente interno.

Códigos JEL: M30, M31, I30

ABSTRACT

A 19-item instrument used to measure constructs related to the Psychological Work Environment perception and how employees perceive their Work Environment was applied to 54 respondents via a web-based survey as a pilot-test, or probe, to validate said instrument. Results showed high overall reliability for the instrument and presented two possible configurations to model how Work Environment and Brand Strength interact where the latent variables for each concept are constructed through Principal Component Analysis. Results proved that the instrument is consistent and reliable and that through a dimensional reduction analysis, simple models consistent of 2 to 3 latent variables for each, Work Environment and Brand Strength, can be implemented ensuring that over 70% of the total variance is explained; in summary, two models, one permitting mediators while the other avoids them, arise as a consequence of the instrument's reliability and components analyses.

Keywords: work environment; wellness; employer brand building; internal customer.

Estilos de liderazgo directivo en la integración de las tecnologías de la información y comunicación, en las escuelas rurales del municipio de Cereté-Córdoba-Colombia

Management leadership styles in the integration of information and communication technologies in rural schools in the municipality of Cereté-Córdoba-Colombia

Helmer Muñoz Hernández¹

Eliana Jiménez López²

Luis Carlos Restrepo Jiménez³

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue diseñar una propuesta sobre los estilos de liderazgo de los directivos docentes en la integración de las TIC para la gerencia de los procesos de calidad educativa en los centros educativos rurales del municipio de Cereté departamento de Córdoba. El modelo epistémico es el pragmatismo, con el método investigación acción y tipo de investigación proyectiva. La población y muestra está conformada por 4 Centros Educativos rurales con 4 docentes directivos rurales y 65 docentes. Como técnicas la encuesta y la entrevista semiestructurada; la encuesta se aplicó a docentes y directivos docentes de los centros educativos rurales del municipio de Cereté Colombia. La entrevista permitió acercamiento de forma natural a los sujetos objeto de estudio, con la finalidad de construir un ambiente de confianza y conexión que ayuda a lograr los datos que necesita para el desarrollo de la investigación.

1 Universidad del Sinú, Colombia. inghelmer@gmail.com

2 Universidad Metropolitana de Educación Ciencia y Tecnología UMECIT, elianajimenez.est@umecit.edu.pa

3 Universidad del Sinú, Colombia. luisrestrepoj@unisinu.edu.co

Palabras clave: estilos de liderazgo, tic, director de escuela, educación rural, estrategias.

Código JEL: I21

ABSTRACT

The aim of this research was to design a proposal on the leadership styles of teaching managers in the integration of ICT for the management of educational quality processes in rural schools in the municipality of Cereté, department of Córdoba. The epistemic model is pragmatism, with the action research method and projective type of research. The population and sample consisted of four rural educational centres with four rural head teachers and 65 teachers. The techniques used were the survey and the semi-structured interview; the survey was applied to teachers and school managers of the rural educational centres in the municipality of Cereté, Colombia. The interview allowed a natural approach to the subjects under study, to build an atmosphere of trust and connection that helps to achieve the data needed for the development of the research.

Keywords: Leadership styles, ICT, school leadership, head teacher, rural education, strategies.

Inteligencia artificial como herramienta transformadora de la enseñanza y el emprendimiento en el contexto universitario.

Artificial intelligence as a transforming tool for teaching and entrepreneurship in the university context.

Adriana Yisela Ruano Zuñiga¹

Angela María Tafur Escobar²

Luis Enrique Riascos Oliveros³

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero⁴

RESUMEN

La inteligencia artificial (IA) tiene un gran potencial transformador en diversos sectores, incluyendo la educación y los emprendimientos. No obstante, muchos estudiantes y emprendedores aún desconocen cómo integrar eficazmente las herramientas de IA en sus procesos clave. El problema de esta investigación se enfoca en identificar y analizar cómo las herramientas de IA pueden facilitar y optimizar el desarrollo de proyectos de emprendimiento en el contexto universitario. El objetivo general de la investigación es implementar herramientas de IA en el proceso de aprendizaje y desarrollo de proyectos de emprendimiento, con el fin de identificar las oportunidades y analizar los posibles impactos en la creación y gestión de emprendimientos. Para ello se propone una metodología cualitativa mixta que combina entrevistas, grupos de enfoque, análisis de documentos, observación y encuestas estructuradas, permitiendo una triangulación de métodos y un análisis profundo del rol de la IA en la educación y el emprendimiento universitario.

1 Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. aruano@una.edu.co

2 Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. atafure@una.edu.co

3 Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. lriascos@una.edu.co

4 Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira, Colombia. aearellanog@una.edu.co

Palabras clave: inteligencia artificial; emprendimiento; pedagogía; transformación digital.

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI) has great transformative potential in various sectors, including education and entrepreneurship. However, many students and entrepreneurs still do not know how to effectively integrate AI tools into their key processes. The problem of this research focuses on identifying and analyzing how AI tools can facilitate and optimize the development of entrepreneurship projects in the university context. The general objective of the research is to implement AI tools in the learning and development process of entrepreneurship projects, to identify the opportunities and analyze the possible impacts on the creation and management of entrepreneurships. To this end, a mixed qualitative methodology is proposed that combines interviews, focus groups, document analysis, observation and structured surveys, allowing for a triangulation of methods and a deep analysis of the role of AI in university education and entrepreneurship.

Keywords: artificial intelligence, entrepreneurship, pedagogy, digital transformation.

Hallazgos de trabajo infantil en las niñas del campo: estudio de caso con las mujeres rurales de la red de mujeres emprendedoras de Salamina - Caldas (REDMUSA), Colombia.

Findings about countryside female child labor: a case study involving rural women from the network of entrepreneurial women of Salamina - Caldas (REDMUSA) in Colombia

Maria Cristina Londoño Rubio ¹
Esteban Duran Becerra²

RESUMEN

Con el propósito conocer y proponer fórmulas que atiendan las necesidades reales de las mujeres rurales se llevó a cabo una investigación en campo con la Red de Mujeres Emprendedoras de Salamina - Caldas, (REDMUSA) en Colombia, procurando resolver el vacío en el conocimiento que se encuentra sobre las condiciones de empleo decente de estas mujeres campesinas. Una vez realizado el análisis de la literatura fueron encontrados estudios con enfoque de género en el sector rural, partiendo de América Latina hasta Colombia, no fue hallado estudio alguno que realice una aproximación de análisis aplicado a la problemática de trabajo infantil de las niñas rurales como componente del empleo decente, alertando así de la pertinencia para aportar a partir de la aplicación de la metodología de investigación acción el análisis novedoso de los componentes del empleo decente sobre dicho fenómeno particular.

1 londonorubio@gmail.com

2 esteban.ben.ik@gmail.com

Palabras clave: trabajo decente, mujer rural, trabajo infantil, trabajo doméstico, Colombia

ABSTRACT

With the purpose of knowing and proposing formulas that meet the real needs of rural women, a field investigation was carried out with the Network of Entrepreneurial Women of Salamina - Caldas, (REDMUSA) in Colombia, trying to resolve the gap in knowledge that exists. Finds about the decent employment conditions of these peasant women. Once the analysis of the literature was carried out, studies with a gender focus were found in the rural sector, starting from Latin America to Colombia, no study was found that carried out an analysis approach applied to the problem of child labor of rural girls as component of decent employment, thus alerting of the relevance to contribute, based on the application of the action research methodology, the novel analysis of the components of decent employment on said particular phenomenon.

Keywords: economics of gender, non-labor discrimination, agricultural labor markets, labor discrimination, workers' rights, labor law

La influencia negativa de la innovación en el desempeño organizacional

The negative influence of innovation on organizational performance

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero¹

Boris Alejandro Villamil Ramírez²

Juan Camilo Londoño Castillo³

Danna Valentina Banderas Arias⁴

RESUMEN

Esta investigación analiza cómo la innovación de producto puede afectar negativamente el desempeño organizacional, desafiando la idea de que siempre genera beneficios. A través de estudios en Colombia, se evidenció que indicadores generales muestran una correlación positiva moderada, pero análisis más detallados revelan impactos negativos, como un estudio de caso en una entidad financiera en la ciudad de Cali. Allí, nuevos productos redujeron rentabilidad y participación de mercado por desalineación interna y resistencia al cambio. El estudio concluye que el éxito de la innovación depende del contexto interno y de evaluar su eficiencia con indicadores específicos.

Palabras clave: innovación, desempeño organizacional, innovación de productos, efectos negativos, resistencia al cambio, competitividad empresarial.

1 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia aarellanog@una.edu.co

2 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia bavillamilr@una.edu.co

3 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia jualondonoca@una.edu.co

4 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia dbanderas@una.edu.co

ABSTRACT

This research analyzes how product innovation can negatively impact organizational performance, challenging the belief that innovation always brings benefits. Studies in Colombia showed that general indicators reveal a moderately positive correlation, but detailed analyses highlight negative effects, such as in a financial institution in Cali. There, new products reduced profitability and market share due to internal misalignment and resistance to change. The study concludes that innovation success depends on internal context and requires evaluating its efficiency with specific indicators.

Keywords: innovation, organizational performance, product innovation, negative effects, resistance to change, business competitiveness.

Estrategias de marketing digital y su impacto en la competitividad de micro y pequeñas empresas en el Valle del Cauca

Digital marketing strategies and their impact on the competitiveness of micro and small enterprises in Valle del Cauca

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero¹
Michell Campos Obando²
Santiago Coral Chaves³

RESUMEN

Este trabajo se basa en la revisión bibliográfica de dos conceptos: marketing y competitividad, debido a las necesidades sentidas de las Mipymes en el contexto Colombiano y especialmente, en el Valle del Cauca. El objetivo de la ponencia es identificar factores o variables que desde el marketing generan un impacto positivo en la competitividad de las organizaciones. La metodología parte de una revisión de literatura en el contexto Colombiano; para el análisis e identificación de factores se usan los métodos de análisis y síntesis, por medio de sesiones de trabajo entre los integrantes del semillero, cada integrante presentaba los artículos o textos a su cargo y en sesiones de trabajo colaborativo, se identificaron los factores y los principales impactos generados para la competitividad empresarial. Los principales resultados del estudio muestran que a pesar de los desafíos que enfrentan las pymes, como la falta de habilidades digitales y recursos limitados, estas empresas encuentran en la adopción de nuevas tecnologías y en procesos de transformación digital una oportunidad de mejora

1 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia. aarellanog@unal.edu.co

2 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia. mcamposo@unal.edu.co

3 Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, Colombia. sacoralc@unal.edu.co

Palabras clave: marketing, transformación digital, mipymes, competitividad, nuevas tecnologías.

Código JEL: M15, M31, O33.

ABSTRACT

This work is based on the bibliographic review of two concepts: marketing and competitiveness, due to the needs felt by MSMEs in the Colombian context and especially in Valle del Cauca. The objective of the paper is to identify factors or variables that from marketing generate a positive impact on the competitiveness of organizations. The methodology is based on a literature review in the Colombian context; for the analysis and identification of factors the methods of analysis and synthesis are used, through work sessions among the members of the research group, each member presented the articles or texts in their charge and in collaborative work sessions, the factors and the main impacts generated for business competitiveness were identified. The main results of the study show that despite the challenges faced by SMEs, such as the lack of digital skills and limited resources, these companies find in the adoption of new technologies and digital transformation processes an opportunity for improvement.

Keywords: marketing, digital transformation, smes, strategic competitiveness

La prospectiva estratégica como herramienta para optimizar la planeación educativa

Strategic foresight as a tool for optimizing educational planning

Leonardo Antonio Díaz Pertuz¹
José Fernando Acosta López²
Amalia Inés Díaz Royo³
Erika Patricia Pastrana Acosta⁴
Karina Carmiña Castellanos Caro⁵

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue realizar un análisis utilizando el método MICMAC para identificar estas variables, mientras que el método MACTOR se utilizó para encontrar los actores sociales que tienen participación directa en ellas. Para obtener los datos iniciales que serían el punto de partida del análisis, se aplicó la matriz del árbol de competencias de Giget a partir de la información observada en la realidad. Como resultado, se encontró que las variables más influyentes y de mayor importancia fueron el Consejo Directivo, los proyectos transversales, la infraestructura física para la oferta actual y los fondos para los servicios educativos, mientras que en cuanto a los actores más influyentes, se pueden mencionar a los docentes y directivos docentes, las metas establecidas, los proyectos y la gestión del rector. Por lo tanto, las medidas para incrementar la calidad educativa de esta institución deben centrarse en estos aspectos.

1 Universidad Metropolitana de Educación Ciencia y Tecnología UMECIT, Panamá. leonardodiaz.doc@umecit.edu.pa

2 Universidad del Sinú, Colombia. jacostal@unisinu.edu.co

3 Gobernación de Córdoba, Panamá. amaliadiaz.est@umecit.edu.pa

4 Universidad Metropolitana de Educación Ciencia y Tecnología UMECIT, Panamá. erikapastrana.est@umecit.edu.pa

5 Universidad Metropolitana de Educación Ciencia y Tecnología UMECIT, Panamá. karinacastellanos.est@umecit.edu.pa

Palabras clave: árbol de competencias, micmac, mactor, realidad, variables, actores.

Código JEL: I21

ABSTRACT

The aim of the research was to carry out an analysis using the MICMAC method to identify these variables, while the MACTOR method was used to find social actors directly involved in them. To obtain the initial data that would be the starting point of the analysis, Giget's competence tree matrix was applied based on the information observed. As a result, it was found that the most influential and important variables were the Board of Trustees, transversal projects, physical infrastructure for the current offer and funds for educational services, while the most influential actors were the teachers and school managers, the goals set, the projects and the management of the rector. Therefore, measures to increase the educational quality of this institution should focus on these aspects.

Keywords: competency tree, micmac, mactor, reality, variables, actors.

Evaluación de la imagen organizacional en empresas comerciales y de servicios en Córdoba: relevancia en la estrategia de marcas

Evaluation of organizational image in commercial and service companies in Córdoba: relevance in brand strategy

Helmer Muñoz Hernandez¹

Nelson Andrés Figueroa Mendoza²

José Fernando Acosta López³

Francisco Bárcenas Merlano⁴

Luis Manuel Zúñiga Pérez⁵

RESUMEN

La imagen de una organización es cada vez más importante para su sostenibilidad y reputación de marca, ya que influye en las decisiones de los consumidores y en los grupos de interés. Este estudio tiene como objetivo identificar las características esenciales que influyen en la evaluación de la imagen de una organización desde la perspectiva de los clientes internos y externos en las empresas comerciales y de servicios del Departamento de Córdoba en Colombia. La investigación utiliza una metodología cuantitativa con un enfoque analítico empírico, centrado en la observación de fenómenos empresariales y utilizando referencias estadísticas para el análisis y la descripción de resultados. El estudio involucró a 85 empresas. Los resultados mostraron una percepción y reputación globalmente positivas de las marcas más reconocidas, con una percepción y reputación positiva del

¹ Universidad del Sinú, Colombia. inghelmer@gmail.com

² Universidad del Sinú, Colombia. nelsonfigueroa@unisinu.edu.co

³ Universidad del Sinú, Colombia. joseacostal@unisinu.edu.co

⁴ Universidad de Córdoba, Colombia. fbarcenasmerlano@correo.unicordoba.edu.co

⁵ Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, Colombia. luis_zuniga@cun.edu.co

70% para las marcas más reconocidas. Sin embargo, en algunos casos ciertas marcas son percibidas con baja intensidad (20%) en el factor comunicación de marketing.

Palabras clave: imagen organizacional, reputación, empresas comerciales, percepción de clientes, comunicación de marketing, estrategias.

Código JEL: M14

ABSTRACT

The image of an organization is increasingly important for its sustainability and brand reputation, as it influences consumer decisions and stakeholder groups. This study aims to identify the essential characteristics that influence the evaluation of an organization's image from the perspective of internal and external clients in commercial and service companies in Cordoba. The research employs a quantitative methodology with an empirical analytical approach, focused on the observation of business phenomena and utilizing statistical references for the analysis and description of results. The study involved 118 businesses and companies, where a validated instrument was applied to measure organizational image. The results showed a globally positive perception and reputation of the most recognized brands, with a positive perception and reputation of 70% for the most recognized brands. However, in some cases, certain brands are perceived with low intensity (30%) in their marketing communication.

Keywords: organizational image, reputation, commercial companies, customer perception, marketing communication, strategic sustainability.

Discriminación percibida, autoestima y habilidades sociales alternativas a la agresión en adolescentes afrodescendientes del departamento del Cesar

Perceived discrimination, self-esteem and alternative social skills to aggression in afro-descendant adolescents in the department of Cesar

Helmer Muñoz Hernandez¹

Miladys Paola Redondo Marín²

María Margarita Tirado Vides³

Luz Karine Jiménez Ruiz⁴

José Del Carmen Villalobos Tovar⁵

Javier Dario Canabal Guzmán⁶

RESUMEN

El tema de la discriminación ha sido objeto de un estudio intensivo en diversos contextos en los que interviene el ser humano, y el sistema educativo no es ajeno a esta realidad. El objetivo es analizar la influencia de la discriminación percibida y la autoestima en las habilidades sociales alternativas a la agresión en adolescentes pertenecientes a comunidades afrodescendientes reconocidas, con enfoque cuantitativo, no experimental que permitiera crear unos modelos predictivos entre las variables. Los participantes fueron 763 adolescentes del departamento del Cesar y para la recolección de datos se utilizó el Cuestionario Breve de Discriminación Étnica Percibida (PEDQ-CV abreviado), la Escala de Autoestima de Rosenberg y la Subescala de Habilidades Sociales

1 Universidad del Sinú, Colombia. inghelmer@gmail.com

2 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. miredondo@areandina.edu.co

3 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. mtirado5@areandina.edu.co

4 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. ljimenez43@areandina.edu.co

5 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. jvillalobos13@areandina.edu.co

6 Universidad del Sinú, Colombia. javiercanabal@unisinu.edu.co

Alternativas a la Agresión. Se concluye que la autoestima es un predictor significativo positivo para las habilidades alternativas a la agresión y se requieren acampamientos significativos que permitan la mitigación de conductas discriminatorias en aula.

Palabras claves: afrodescendiente; agresión; autoestima; discriminación; habilidades sociales

Código JEL: I21

ABSTRACT

The issue of discrimination has been the subject of intensive study in various contexts in which human beings intervene, and the educational system is no stranger

to this reality. The objective is to analyse the influence of perceived discrimination and self-esteem on alternative social skills to aggression in adolescents belonging to recognised Afro-descendant communities, with a quantitative, non-experimental approach that allows for the creation of predictive models between the variables. The participants were 763 adolescents from the department of Cesar and the Brief Questionnaire of Perceived Ethnic Discrimination (PEDQ-CV abbreviated), the Rosenberg Self-Esteem Scale and the Subscale of Social Skills Alternatives to Aggression were used for data collection. It is concluded that self-esteem is a significant positive predictor for alternative skills to aggression and that significant approaches are required to mitigate discriminatory behavior in the classroom.

Keywords: Afro-descendant; aggression; self-esteem; discrimination; social skills

Afrontamiento, cohesión familiar y resiliencia de familias en procesos de restitución de derechos

Coping, family cohesion and resilience of families in rights restitution processes

Helmer Muñoz Hernandez¹

Luz Karine Jiménez Ruiz²

Miladys Paola Redondo Marín³

María Margarita Tirado Vides⁴

Renato Martínez Martínez⁵

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue establecer la influencia de los estilos de afrontamiento y cohesión familiar sobre la resiliencia. Se hizo una investigación cuantitativa predictiva de corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 161 padres y/o acudientes de niños, niñas y adolescentes vinculados a los programas de restitución de derechos del departamento del Cesar. Para la recolección de la información se utilizó una ficha de caracterización, la Escala de Resiliencia de Wagnild y Young, el inventario de estrategias para enfrentar cambios vitales y crisis y la Escala de Cohesión Familiar de FACES II. Se pudo establecer que el 41.6% de los padres de familia y/o acudientes tiene un nivel de alto de resiliencia, los estilos de afrontamiento se encuentran en un nivel Mediano y finalmente, el nivel de cohesión familiar es intermedio, de igual manera, la cohesión familiar tuvo una correlación positiva significativa con todas las estrategias de afrontamiento.

1 Universidad del Sinú, Colombia. inghelmer@gmail.com

2 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. ljimenez43@areandina.edu.co

3 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. miredondo@areandina.edu.co

4 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. mtirado5@areandina.edu.co

5 Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. rmartinez41@areandina.edu.co

Palabras clave: afrontamiento; cohesión familiar; resiliencia; restitución de derechos.

Código JEL: I21

ABSTRACT

The aim of this study was to establish the influence of coping styles and family cohesion on resilience. Cross-sectional quantitative predictive research was carried out. The sample consisted of 161 parents and/or guardians of children and adolescents linked to the programmes for the restitution of rights in the department of Cesar. A characterization form, the Wagnild and Young Resilience Scale, the inventory of strategies for coping with life changes and crises, and the FACES II Family Cohesion Scale were used to collect the information. It could be established that 41.6% of parents and/or guardians have a high level of resilience, coping styles are at a medium level and finally, the level of family cohesion is intermediate, likewise, family cohesion had a significant positive correlation with all coping strategies.

Keywords: coping; family cohesion; resilience; restitution of rights.

La economía internacional: teorías y su impacto en el mundo empresarial

International economics: theories and their impact on the business world

Helmer Muñoz Hernández¹

Estrella Del Carmen Camacho Alvis²

Francia Helena Prieto Baldovino³

Benjamín Castillo Osorio⁴

RESUMEN

¿Cómo aplicar las teorías de la economía internacional en el mundo empresarial?, muchos profesionales o estudiantes ya formados desconocen la aplicación de esta ciencia para diseñar estrategias que les faciliten llegar a competir a mercados internacionales, en esta investigación se traza un objetivo analizar las implicaciones de las teorías del comercio internacional y las finanzas internacionales en el ámbito global aplicado en el entorno empresarial, a través de una revisión bibliográfica y en estudio de campo en tres organizaciones que permitieron evidenciar la toma de decisiones empresariales sin visionar los mercados internacionales, lo cual lleva a una empresa producir menos de su capacidad instalada, o tiene una capacidad ociosa y puede deberse a varios factores, como la falta de demanda (Demanda local restringida o limitada), la competencia que ofrece más productos o servicios a un menor precio.

Palabras clave: comercio exterior, finanzas internacionales, capacidad instalada, economía de escala

Código JEL: F10

1 Universidad del Sinú, Colombia. helmermunoz@unisinu.edu.co

2 Universidad del Sinú, Colombia. estrellacamacho@unisinu.edu.co

3 Universidad del Sinú, Colombia. franciaprieto@unisinu.edu.co

4 Universidad del Sinú, Colombia. benjamincastillo@unisinu.edu.co

ABSTRACT

¿How to apply the theories of international economics in the business world?, Many professionals or students already trained are unaware of the application of this science to design strategies that facilitate them to compete in international markets, this research aims to analyze the implications of the theories of international trade and international finance in the global arena applied in the business environment, through a bibliographic review and a field study in three organizations that allowed to evidence the business decision-making without visioning the international markets, which leads a company to produce less than its installed capacity, or has an idle capacity and may be due to several factors, such as lack of demand (restricted or limited local demand), competition that offers more products or services at a lower price.

Keywords: foreign trade, international finance, international finance, installed capacity, economy of scale

Dimensiones culturales de hofstede en empresarios cristianos y no religiosos: análisis con vsm2013

Hofstede's cultural dimensions in christian and non-religious entrepreneurs: analysis with vsm2013

Ronald Prieto Pulido¹

Luis Landazury Villalba²

Alexis Palacios Arrieta³

RESUMEN

La cultura organizacional es un factor crucial que influye en todos los aspectos de una organización, desde la toma de decisiones hasta la implementación de estrategias. Comprender las dimensiones culturales es esencial para asegurar el éxito y competitividad en un entorno globalizado. Este estudio examina cómo las dimensiones culturales de Hofstede afectan la toma de decisiones estratégicas y operativas de empresarios y ejecutivos religiosos cristianos y no religiosos en Barranquilla. Utilizando el cuestionario VSM2013, muestra representativa, que fueron analizados estadísticamente para correlacionar las dimensiones culturales con las decisiones empresariales. Los resultados muestran que las creencias religiosas y prácticas culturales impactan significativamente la toma de decisiones estratégicas, lo que tiene importantes implicaciones para la competitividad empresarial en contextos multiculturales como Barranquilla. Este estudio profundiza en la cultura organizacional en entornos de diversidad religiosa y cultural, subrayando la relevancia de estas dimensiones en la gestión empresarial.

Palabras clave: cultura corporativa, religión, comportamiento

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia. ronald.prieto@unisimon.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. luis.landazury@unisimon.edu.co

3 Universidad Simón Bolívar, Colombia. alexis.palacios@unisimon.edu.co

empresarial, desarrollo humano

ABSTRACT

Organizational culture is a crucial factor that influences all aspects of an organization, from decision-making to strategy implementation. Understanding cultural dimensions is essential for ensuring success and competitiveness in a globalized environment. This study examines how Hofstede's cultural dimensions affect the strategic and operational decision-making of religious Christian and nonreligious entrepreneurs and executives in Barranquilla. Using the VSM2013 questionnaire, data were collected from a representative sample and statistically analyzed to correlate cultural dimensions with business decisions. The results show that religious beliefs and cultural practices significantly impact strategic decision making, which has important implications for business competitiveness in multicultural contexts like Barranquilla. This study provides deeper insights into organizational culture in environments with religious and cultural diversity, highlighting the relevance of these dimensions in business management.

Keywords: corporate culture, religion, business behavior, and human development

Liderazgo consciente para la sostenibilidad empresarial

Conscious leadership for business sustainability

Laura Marcela Guerrero Navarro¹
Hilda Estrada Lopez, Ana²
Beatriz Blanco Ariza³
Enrique Melamed Varela⁴

RESUMEN

Este documento proporciona una visión general de los conceptos fundamentales de liderazgo y sus diversas manifestaciones. Se inicia con una definición de liderazgo, abordando su importancia en la gestión y desarrollo organizacional. A continuación, se examinan los estilos de liderazgo, desde los más tradicionales hasta enfoques más contemporáneos como el liderazgo trascendental y el liderazgo consciente. El documento profundiza en el liderazgo consciente, un enfoque que enfatiza el auto liderazgo como pilar para la toma de decisiones. Seguidamente, se explora el liderazgo trascendental, que va más allá de los resultados materiales y busca un impacto duradero en la vida de los seguidores y la sociedad, enfocándose en el propósito. Finalmente, se analiza el concepto de liderazgo sostenible, que integra la sostenibilidad ambiental, social y económica en la estrategia de liderazgo, asegurando que las acciones de hoy no comprometan el bienestar de las generaciones futuras.

A través de la revisión de estos conceptos, el documento ofrece una guía completa para entender cómo los diferentes enfoques de liderazgo pueden aplicarse en diversos contextos organizacionales, proporcionando a los líderes las herramientas necesarias para

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia. lmarcelagn15@gmail.com

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. hilda.estrada@unisimon.edu.co

3 Universidad Simón Bolívar, Colombia. ana.blanco@unisimon.edu.co

4 Universidad Simón Bolívar, Colombia. enrique.melamed@unisimon.edu.co

guiar a sus equipos hacia un éxito sostenible y significativo.

Palabras clave: liderazgo consciente, liderazgo sostenible, sostenibilidad.

ABSTRACT

This document provides an overview of the fundamental concepts of leadership and its various manifestations. It begins with a definition of leadership, addressing its importance in management and organizational development. Leadership styles are then examined, from the most traditional to the most contemporary, such as transcendental leadership and conscious leadership. The document delves into conscious leadership, an approach that emphasizes self-leadership as a pillar for decision-making. Next, transcendental leadership is explored, which goes beyond material results and seeks a lasting impact on the lives of followers and society, focusing on purpose. Finally, the concept of sustainable leadership is analyzed, which integrates environmental, social and economic sustainability into the leadership strategy, ensuring that today's actions do not compromise the well-being of future generations. Through the review of these concepts, the document offers a comprehensive guide to understanding how different leadership approaches can be applied in various organizational contexts, providing leaders with the necessary tools to guide their teams towards sustainable and meaningful success.

Keywords: leadership, conscious leadership, sustainable leadership, sustainability.

Política ambiental en empresas de turismo de florencia-caquetá, Colombia

*Environmental policy in tour enterprise
florencia-caquetá, Colombia*

Yelly Yamparli Pardo Rozo¹

Diego Luis Rojas Navarrete²

Milton Cesar Andrade Adaime³

RESUMEN

Las actividades turísticas en la Amazonia Colombiana generan impactos al ambiente y los recursos naturales. Incorporar políticas ambientales se ha convertido en una estrategia de fomento hacia la sostenibilidad. El objetivo de esta investigación fue identificar si la política ambiental desde las empresas del sector turismo de Florencia, Caquetá influye en su desarrollo económico. Se tomó una muestra de 40 empresas asociadas con el sector: 30 hoteles y 10 empresas con turismo de naturaleza ETN. Se empleó un análisis descriptivo y un modelo econométrico entre las variables de estudio de aspectos sociales, económicos y ambientales. Se encontró que un 56 % de los hoteles y el 43 % de las ETN cuentan con una política ambiental. La existencia de una política ambiental en el sector turismo aumenta el nivel de ingresos, así como un mayor nivel educativo del administrador y las actividades de gestión ambiental y de responsabilidad social empresarial.

Palabras clave: Amazonia; desarrollo sostenible; gestión ambiental; modelo econométrico.

1 Universidad de Las Américas, Colombia. y.pardo@udla.edu.co

2 Universidad de Las Américas, Colombia. d.rojas@udla.edu.co

3 Universidad de Las Américas, Colombia. m.andrade@udla.edu.co

ABSTRACT

Tourism activities in the Colombian Amazon generate impacts on the environment and natural resources. Incorporating environmental policies has become a strategy to promote sustainability. The aim of this research was to identify whether the environmental policy of tourism companies in Florencia, Caquetá, influences their economic development. A sample of 40 companies associated with the sector was taken: 30 hotels and 10 companies with nature tourism ETN. A descriptive analysis and an econometric model were used between the study variables of social, economic and environmental aspects. It was found that 56% of the hotels and 43% of the TNCs have an environmental policy. The existence of an environmental policy

in the tourism sector increases the level of income, as well as a higher educational level of the manager and the activities of environmental management and corporate social responsibility.

Keywords: Amazon; Sustainable development; Environmental management; Econometric model.

Cultura de aprendizaje y gestión de la innovación en empresas del sector lácteos

Learning culture and innovation management in companies in the dairy sector.

Katherine Rosero Flórez¹
Sofía Samudio Salcedo²
Ana Beatriz Blanco Ariza³

RESUMEN

El presente estudio subraya el vínculo fundamental entre la cultura del aprendizaje organizacional y la innovación, enfatizando la necesidad de que las organizaciones cultiven una cultura que valore la experimentación, la diversidad de ideas y el aprendizaje continuo para impulsar la innovación y mantener la competitividad en un panorama empresarial que cambia rápidamente. Se enfatiza que una cultura de aprendizaje sólida promueve la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y competencias a nivel individual y colectivo, lo que mejora el desempeño, la innovación y la adaptabilidad de la organización en un entorno cambiante. Se resalta que una cultura organizacional que fomente la innovación y el desarrollo de competencias es fundamental para el éxito a largo plazo de las empresas, permitiéndoles afrontar los desafíos de manera proactiva y eficaz. Además, se menciona que el aprendizaje organizacional facilita la implementación de cambios e innovaciones a nivel institucional, promoviendo la adaptación a nuevas tendencias y prácticas de gestión.

1 Politécnico de la Costa Atlántica, Colombia. Kroserof@pca.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. sofia.samudio@unisimon.edu.co

3 Universidad Simón Bolívar, Colombia. ana.blanco@unisimon.edu.co

Palabras clave: aprendizaje organizacional; innovación; competitividad

Código JEL: O320-O310-M120

ABSTRACT

This study underscores the fundamental link between organizational learning culture and innovation, emphasizing the need for organizations to cultivate a culture that values experimentation, diversity of ideas, and continuous learning to drive innovation and maintain competitiveness in a rapidly changing business landscape. It highlights that a strong learning culture promotes the acquisition of new knowledge, skills, and competencies at both individual and collective levels, improving the organization's performance, innovation, and adaptability in a changing environment. It is emphasized that an organizational culture that fosters innovation and competency development is crucial for the long-term success of companies, enabling them to proactively and effectively face challenges. Additionally, it is mentioned that organizational learning facilitates the implementation of changes and innovations at the institutional level, promoting adaptation to new trends and management practices.

Keywords: organizational learning culture; innovation; competitiveness.

Prácticas de economía circular: un análisis de 5 pymes de reciclaje en Barranquilla.

Circular economy practices: an analysis of 5 recycling smes in Barranquilla.

Magda Monsalve Peláez¹

Luz Pedroza Roperó²

Zoila Martínez Trujillo³

RESUMEN

Este estudio analiza la implementación de la economía circular en cinco PYMES de reciclaje en Barranquilla, Colombia, para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Destacando los desafíos, oportunidades y el impacto de sus prácticas sostenibles desde una perspectiva de reutilización, reciclaje y reducción de residuos. A través de un enfoque cualitativo basado en entrevistas y encuestas a los responsables de estas empresas, se evalúan sus prácticas, la influencia de las políticas gubernamentales y las limitaciones en infraestructura y financiamiento. Los resultados indican avances en sostenibilidad, pero también destacan barreras significativas que requieren atención. Entre las recomendaciones, se incluye desarrollar un plan de mejora para acceder a financiamiento que fomente la innovación en procesos y fortalecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas. Este estudio enfatiza la importancia de políticas integradoras y el apoyo institucional para maximizar el impacto de la economía circular en las PYMES, promoviendo un desarrollo más sostenible tanto a nivel local como global.

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia. magda.monsalve@unisimon.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. lucypedrozaropero22@gmail.com

3 Universidad Simón Bolívar, Colombia. zoila.martinez@unisimon.edu.co

Palabras clave: Economía circular; PYMES; reciclaje; desarrollo sostenible.

Código JEL: Q57, L26, Q53, Q01.

ABSTRACT

This study analyzes the implementation of the circular economy in five recycling SMEs in Barranquilla, Colombia, to contribute to the Sustainable Development Goals (SDGs). Highlighting the challenges, opportunities and impact of their sustainable practices from a reuse, recycling and waste reduction perspective. Through a qualitative approach based on interviews and surveys with the managers of these companies, we evaluate their practices, the influence of government policies and the limitations in infrastructure and financing. The results indicate progress in sustainability but also highlight significant barriers that require attention. Recommendations include developing an improvement plan to access financing to promote process innovation and strengthen strategic alliances with public and private entities. This study emphasizes the importance of inclusive policies and institutional support to maximize the impact of the circular economy on SMEs, promoting more sustainable development both locally and globally.

Keywords: Circular economy; SMEs; recycling; sustainable development.

Comercio informal y su incidencia socioeconómica en las unidades familiares del municipio de Valledupar – Colombia

Informal trade and its socioeconomic impact on family units in the municipality of valledupar – Colombia

Schneyder José Molina Romero¹

Efraín Arnoldo Boom Carcamo²

Jorge Luís Ochoa Bayona³

David José Viloría Jaraba⁴

RESUMEN

El comercio informal desempeña un papel significativo en la dinámica económica y social de muchas comunidades, y comprender su impacto en las unidades familiares es esencial para generar políticas y decisiones efectivas. La presente propuesta de investigación tiene como objetivo profundizar en la comprensión del comercio informal y su impacto en las unidades familiares en el municipio de Valledupar, además de evaluar el impacto socioeconómico del comercio informal en las unidades familiares, considerando aspectos como ingresos familiares, condiciones de vida, relaciones sociales, el sustento económico, la generación de empleo y el desarrollo local. Se desarrollará una metodología integral con un enfoque mixto, desagregada en cuatro fases interconectadas (1. Preparación y Planificación, 2. Recopilación de Datos, 3. Análisis y Evaluación y 4. Conclusiones y Presentación). Se espera que esta investigación proporcione información valiosa para abordar los desafíos que enfrentan las familias involucradas en el comercio informal.

1 Universidad del Cesar, Colombia. schneydermolina@unicesar.edu.co

2 Universidad del Cesar, Colombia. efrainboom@unicesar.edu.co

3 Universidad del Cesar, Colombia. jorgeluisochoa@unicesar.edu.co

4 Universidad del Cesar, Colombia. djviloria@unicesar.edu.co

Palabras clave: empleo; informalidad; economía; social.

Código JEL: O17, D31

ABSTRACT

The informal economy plays a significant role in the economic and social dynamics of many communities and understanding its impact on family units is essential for generating effective policies and decisions. This research proposal aims to deepen the understanding of informal trade and its impact on family units in the municipality of Valledupar, as well as to assess the socioeconomic impact of informal trade on family units, considering aspects such as household income, living conditions, social relationships, economic sustenance, job creation, and local development. A comprehensive methodology with a mixed approach will be developed, divided into four interconnected phases (1. Preparation and Planning, 2. Data Collection, 3. Analysis and Evaluation, and 4. Conclusions and Presentation). This research is expected to provide valuable insights into the challenges faced by families involved in informal trade.

Keywords: employment, informality, economy, social.

Formalización del área de gestión humana y procesos funcionales para el desarrollo y el bienestar de las personas en la empresa GTP

Formalization of the human management area and functional processes in an insurance company

Liceth Jazmín Mesa Castellanos¹

Maria Paula Moica Pinto²

RESUMEN

Este trabajo de grado logró abordar las necesidades críticas en la empresa de seguros, especialmente en la gestión de recursos humanos. Con el fin de generar recomendaciones aplicables no solo para empresa, sino también a otras empresas similares, proporcionando herramientas para mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción de los empleados y el compromiso con la ética empresarial. Además, se implementaron programas estratégicos y sistemas formales de evaluación de desempeño por competencia, así como se cumplirán requisitos de seguridad y salud laboral para garantizar un ambiente laboral seguro y por último se elaboró el manual de gestión humana el cual fue validado por los directivos de la empresa.

Palabras clave: gestión de personal, capital humano, satisfacción en el trabajo

1 Universidad de Ibagué, Colombia. liceth.mesa@estudiantesunibague.edu.co

2 Universidad de Ibagué, Colombia. 1520192050@estudiantesunibague.edu.co

ABSTRACT

This degree work managed to address critical needs in the insurance company, especially in human resources management. To generate recommendations applicable not only to the company, but also to other similar companies, providing tools to improve operational efficiency, employee satisfaction and commitment to business ethics. In addition, strategic programs and formal performance evaluation systems were implemented by competency, as well as occupational health and safety requirements will be met to guarantee a safe work environment and finally the human management manual was prepared which was validated by the managers of the company.

Keywords: personnel management, human capital, job satisfaction

Desafíos del sector turismo del departamento del Quindío: una comparación según índice de competitividad turística regional de Colombia (ICTRC) para el último quinquenio- (2019-2023)

Challenges of the tourism sector of the department of Quindío: a comparison according to the Colombian regional tourism competitiveness index (ictrc) for the last five - year period (2019-2023)

Rafael Alexander Jaramillo Lotero¹

María Patricia Giraldo Correa²

Jorge Iván Chica Rincón³

RESUMEN

La presente ponencia pretende generar conocimiento a partir de una revisión documental de investigación sobre el último quinquenio de los informes realizados por el Centro de Pensamiento Turístico en Colombia (CPTUR) con la iniciativa de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia - COTELCO y la Fundación Universitaria Cafam – UNICAFAM, en la construcción del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), para comparar los factores asociados a la Competitividad de la actividad turística del Departamento del Quindío de los resultados presentados en cuadros y gráficas estadísticas de los ocho (8) criterios objeto de análisis y medición de los diferentes aspectos tales como (Cultural, Ambiental, Gestión destino, Económico, Empresarial, Estrategia de Mercadeo, Social e Infraestructura) que son estimados para determinar la capacidad de los destinos turísticos en el territorio Colombiano a nivel departamental,

1 Universidad del Quindío, Colombia. rajaramillo@uniQuindio.edu.co

2 Universidad del Quindío, Colombia. mpgiraldo@uniQuindio.edu.co

3 Universidad del Quindío, Colombia. jchica@uniQuindio.edu.co

permitiendo identificar los desafíos en materia turística que el departamento del Quindío tiene, para poder potencializar el fortalecimiento del sector.

Palabras clave: competitividad, turismo, competitividad, desarrollo económico, valor agregado

Códigos JEL: O18

ABSTRACT

This paper aims to generate knowledge from a documentary review of research on the last five years of the reports made by the Center for Tourism Thinking in Colombia (CPTUR) with the initiative of the Hotel and Tourism Association of Colombia - COTELCO and the Cafam University Foundation - UNICAFAM, in the construction of the Regional Tourism Competitiveness Index of Colombia (ICTRC), to compare the factors associated to the Competitiveness of the tourist activity of the Department of Quindío of the results presented in statistical charts and graphs of the eight (8) criteria object of analysis and measurement of the different aspects such as (Cultural, Environmental, Destination Management, Economic, Business, Marketing Strategy, Social and Infrastructure) that are estimated to determine the capacity of the tourist destinations in the Colombian territory at departmental level, allowing to identify the challenges in tourist matters that the department of Quindío has, to be able to potentiate the strengthening of the sector.

Keywords: competitiveness, tourism, competitiveness, economic development, value added.

Innovación social en plataformas de reciclaje: reflexiones para la investigación en ecosistemas de servicios

Social innovation in recycling platforms: reflections for research in service ecosystems

Sara Catalina Atehortúa Becerra¹

Valentina Barrera Zapata²

Juan Fernando Tavera Mesías³

RESUMEN

Esta investigación en curso profundiza en la dinámica entre la información de marketing difundida a través de una aplicación móvil de reciclaje, la reflexividad del usuario y su impacto posterior en el comportamiento de reciclaje. Arraigado en el contexto de los ecosistemas de servicios, nuestro marco teórico dilucida el potencial de la aplicación móvil para instigar cambios en las prácticas sostenibles. Nuestra metodología, abarca tanto conocimientos teóricos como un ejercicio de economía experimental, subraya los procesos reflexivos en los ecosistemas de servicios, validando hipótesis a través de las interacciones de los participantes. Nuestro trabajo contribuye a la comprensión fundamental de las intervenciones socialmente innovadoras dentro de los ecosistemas de servicios. Al integrar la economía experimental, pretendemos no sólo avanzar en el discurso teórico sino también proporcionar evidencia empírica sobre cómo la aplicación móvil, como innovación social, da forma a la reflexividad de los usuarios dentro de los ecosistemas de servicios.

1 Profesor Departamento Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, Colombia. sara.atehortua@udea.edu.co

2 Estudiante Departamento Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, Colombia. valentina.barreraz@udea.edu.co

3 Profesor Departamento Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, Colombia. juan.tavera@udea.edu.co

Palabras clave: innovación social; comportamiento de reciclaje; reflexividad del usuario; ecosistema de servicio.

Código JEL: M31 – Marketing; O35 – Innovación social

ABSTRACT

This ongoing research delves into the intricate dynamics between marketing information disseminated through a mobile recycling application, user reflexivity, and their subsequent impact on recycling behavior. Rooted in the context of service ecosystems, our theoretical framework elucidates the potential of the mobile application to instigate profound changes in sustainable practices. Encompassing both theoretical insights and an experimental economics exercise, our methodology underscores the reflexive processes within service ecosystems, validating hypotheses through participant interactions with the app. In this nascent stage of research, our work contributes to the foundational understanding of socially innovative interventions within service ecosystems. By integrating experimental economics, we aim not only to advance theoretical discourse but also to provide empirical evidence on how the mobile application, as a social innovation, shapes user's reflexivity within service ecosystems, highlighting the importance of user reflexivity in shaping social innovation to address global challenges.

Keywords: social innovation; recycling behavior; user reflexivity; service ecosystem

Percepción de la ética empresarial en la industria de la construcción para impulsar la certificación internacional

Perception of business ethics in the construction industry to promote international certification

Laura Sofia Galindo Carrillo¹

Yuri Marcela Lopez Umba²

RESUMEN.

Este estudio analiza la percepción y aplicación de prácticas éticas en empresas constructoras medianas y grandes de Ibagué, utilizando variables identificadas a partir de los indicadores ETHOS y los principios del Pacto Global. Se revisa la implementación de códigos éticos y se interpretan los resultados obtenidos. La investigación es exploratoria-descriptiva, basada en encuestas adaptadas y datos secundarios. Los resultados muestran un compromiso general con la responsabilidad social y la transparencia, pero revelan una implementación limitada, especialmente en áreas como la lucha contra la corrupción y la sostenibilidad ambiental. Se observan desafíos en la transparencia y rendición de cuentas, lo que afecta la reputación y competitividad de las empresas. Finalmente, se proponen recomendaciones para fortalecer la ética empresarial, como la formalización de códigos éticos, certificaciones internacionales, la capacitación continua y la presentación de informes de sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la mejora de la confianza en el sector.

Palabras clave: equidad, justicia, desigualdad y otros criterios normativos y de medición, cultura corporativa, responsabilidad social, construcción.

1 Universidad de Ibagué, Colombia. 1520191023@estudiantesunibague.edu.co

2 Universidad de Ibagué, Colombia. 1620201026@estudiantesunibague.edu.co

ABSTRACT.

This study analyzes the perception and application of ethical practices in medium and large construction companies in Ibagué, using variables identified from ETHOS indicators and the principles of the Global Compact. The implementation of ethical codes is reviewed, and the results obtained are interpreted. The research is exploratory-descriptive, based on adapted surveys and secondary data. The results show a general commitment to social responsibility and transparency but reveal limited implementation, especially in areas such as the fight against corruption and environmental sustainability. Challenges in transparency and accountability are observed, affecting the reputation and competitiveness of the companies. Finally, recommendations are proposed to strengthen business ethics, such as the formalization of ethical codes, international certifications, continuous training, and sustainability reporting, contributing to sustainable development and improving trust in the sector.

Keywords: equity, justice, inequality and other normative and measurement criteria, corporate culture, social responsibility, construction

Compostaje como motor de la economía circular en municipio de Yumbo

Composting as an engine of the circular economy in the municipality of Yumbo

Erika Andrea Contreras Gamboa¹

Eliana Vargas Murcia ²

Luisa Fernanda Camelo Ocampo³

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es crear una empresa que transforme los residuos orgánicos generados en Yumbo en un recurso valioso, como el abono orgánico, mediante la implementación de prácticas de compostaje eficientes. Este enfoque busca garantizar la seguridad alimentaria, mejorar la calidad del suelo, fomentar la agricultura sostenible y generar oportunidades de negocio a nivel local y regional. A través de un estudio con enfoque de investigación mixto, se demostrará la viabilidad y los múltiples beneficios de esta iniciativa, tanto para el medio ambiente como para la comunidad, apoyándose en procesos naturales como el compostaje y una infraestructura adecuada que promueva un crecimiento sostenible.

Palabras clave: compost, economía circular, innovación social, residuos orgánicos, agricultura limpia.

JEL Cod: M20, M2

¹ Institución Universitaria Antonio José Camacho, Colombia. econtreras@admon.uniajc.edu.co

² Institución Universitaria Antonio José Camacho, Colombia. evargas@estudiante.uniajc.edu.co

³ Institución Universitaria Antonio José Camacho, Colombia. lfcamelo@estudiante.uniajc.edu.co

ABSTRACT

The objective of this project is to create a company that transforms the organic waste generated in Yumbo into a valuable resource, such as organic fertilizer, through the implementation of efficient composting practices. This approach aims to ensure food security, improve soil quality, promote sustainable agriculture, and create business opportunities at both local and regional levels. Through a study with a mixed-methods research approach, the feasibility and multiple benefits of this initiative will be demonstrated, both for the environment and the community, relying on natural processes like composting and appropriate infrastructure that fosters sustainable growth.

Keywords: Compost, circular economy, social innovation, organic waste, agriculture

Inclusión y educación financiera pymes familiares

Inclusion and financial education of family smes

Maribeth Arrubla Franco¹

María Alejandra Fernández Arrubla²

María Julieta Sánchez Mora³

María Omaira Moreno Moreno⁴

RESUMEN

El presente proyecto de investigación establece como objetivo general el diseño de un Software de planeación financiera para las Pymes Familiares prestadoras de servicios turísticos Cali Valle, que les permita tomar decisiones acertadas y oportunas.

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 50 empresas familiares Pymes.

Se realizará una revisión de literatura relacionada con: empresas familiares en cuanto a la propiedad familiar, la familia y la empresa fundamentales para comprender el funcionamiento y características de las empresas familiares, además se revisarán temas relacionados con la educación financiera, la inclusión financiera, teoría de sistema y diseño de programas.

Los resultados que se obtendrán de los análisis descriptivos y la metodología aplicada fundamentarán dicha investigación, la cual será altamente valorada para el campo académico y empresarial de la Educación financiera.

1 Universidad del Quindío, Colombia. marrubla@uniQuindio.edu.co

2 Independiente, alejandrafernandezabogada@gmail.com

3 Universidad del Quindío, Colombia. mjsanchez@uniQuindio.edu.co

4 Universidad del Quindío, Colombia. momoreno@uniQuindio.edu.co

Palabras clave: educación financiera, empresas familiares, inclusión financiera, planeación financiera, teoría de sistemas.

Códigos JEL Cod: G3.

ABSTRACT

The aim of this research project is to design financial planning software for family-owned small and medium-sized enterprises (SMEs) providing tourism services in Cali, Valle, to enable them to make accurate and timely decisions.

This is a non-experimental, cross-sectional study with a quantitative approach. A structured survey will be used as the measurement instrument on a random sample of 50 family-owned SMEs.

A literature review will be conducted on topics related to family businesses, including family ownership, family dynamics, and the business itself, which are essential to understanding the operations and characteristics of family enterprises. Additionally, topics related to financial education and financial inclusion will be reviewed.

The results obtained from descriptive analyses and the applied methodology will support this research, which will be highly valuable for both the academic and business fields of financial education, system theories and program design.

Keywords: financial education, family businesses, financial inclusion financial planning, system theories and program design.

Reflexiones desde la enseñanza de las economías propias, sociales y solidarias en instituciones educativas públicas y privadas en el sur occidente Colombiano

Reflections from the teaching of own, social and solidarity economies in public and private educational institutions in the southwestern Colombia

Wilson Noe Garces Aguilar¹

Lina Juliana Robayo Coral²

Sara Gonzales Domínguez³

Daniel Bravo Ordoñez⁴

María Teresa Riascos Vásquez⁵

RESUMEN

La ponencia es resultado del proyecto de estancia posdoctoral con propósito Ondas titulada “Economías propias, sociales y solidarias” financiado por el Ministerio de Ciencias en Colombia, el cual se viene trabajando junto con 10 Instituciones Educativas entre públicas y privadas en el suroccidente Colombiano. La ponencia expone las experiencias y los retos que se han presentado en el fomento de la enseñanza de las economías propias, sociales y solidarias. Para ello se ha movilizado metodológicamente la Investigación como Estrategia Pedagógica IEP. Entre los resultados se han encontrado preliminarmente las potencialidades que tienen el trabajo articulado entre actores presentes en el territorio de las Instituciones, así como la necesaria lectura territorial de los estudiantes y el nato potencial de investigación de los estudiantes, finalmente también es contrastante los posicionamientos de Rectores, Coordinadores y Maestros en la disposición para

1 Escuela Nacional del Deporte – Unicatólica, Colombia. garces505@gmail.com

2 Universidad Santiago de Cali, Colombia.lina.robayo76@gmail.com

3 Universidad Católica de Colombia. Sara.gonzal.dominguez@gmail.com

4 Universidad Católica de Colombia danicartosb2@gmail.com

5 Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA-, Colombia.mriacosv@sena.edu.co

el proyecto y la apuesta por fortalecer capacidades en sus comunidades educativas.

Palabras clave: experiencias, enseñanza, economías propias, economías sociales y solidarias, investigación como estrategia pedagógica, instituciones educativas

Código JEL: D23 Organizational Behavior

ABSTRACT

The presentation is the result of the postdoctoral stay project with Ondas purpose entitled “Own, social and solidarity economies” financed by the Ministry of Sciences in Colombia, which has been working together with 10 Educational Institutions, both public and private, in southwestern Colombia. The presentation exposes the experiences and challenges that have arisen in promoting the teaching of own, social and solidarity economies. For this purpose, Research as an IEP Pedagogical Strategy has been methodologically mobilized. Among the results, the potential of the articulated work between actors present in the territory of the Institutions has been preliminarily found, as well as the necessary territorial reading of the students and the natural research potential of the students. Finally, the positions of Principals, Coordinators and Teachers in their readiness for the project and their commitment to strengthening capacities in their educational communities.

Keywords: experiences, teaching, own economies, social and solidarity economies, research as a pedagogical strategy, educational institutions.

Percepción de la felicidad organizacional en algunas empresas formales Colombianas

Perception of organizational happiness in some formal Colombian companies

Julio Alberto Perea Sandoval¹
Aura Janeth Uribe Arévalo²

RESUMEN

La Gerencia de la felicidad es un tema de desarrollo reciente dentro del entorno organizacional y grandes empresas como Google, Mars, Alcatel, Kellogg's entre otras, las cuales se lo están tomando muy en serio, teniendo en cuenta los resultados en los indicadores de productividad. Algunas empresas Colombianas han implementado modelos de felicidad organizacional como Equitel y SAP, pero aún es un tema desconocido para el grueso del sector empresarial. Por eso se propone esta investigación como la primera fase de un proyecto de investigación macro que pretende estudiar la implementación de dichos modelos en las empresas Colombianas para incrementar su productividad. En esta oportunidad, se utiliza un instrumento de recolección en 1055 trabajadores formales de empresas Colombianas para conocer su percepción sobre el estado de la felicidad organizacional.

Palabras clave: gestión de personal; gestión laboral; administración de empresas y economía de la empresa.

1 Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia. julio.perea-s@uniminuto.edu.co

2 Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia. aura.uribe@uniminuto.edu

ABSTRACT

Happiness Management is a topic of recent development within the organizational environment and large companies such as Google, Mars, Alcatel, Kellogg's among others, which are taking it very seriously, considering the results in productivity indicators. Some Colombian companies have implemented organizational happiness models such as Equitel and SAP, but it is still an unknown topic for the terrifying business sector. For this reason, this research is proposed as the first phase of a macro research project that aims to study the implementation of these models in Colombian companies to increase their productivity. On this occasion, a collection instrument is used in 1055 formal workers of Colombian companies to know their perception of the state of organizational happiness.

Keywords: personnel management; labor management; business administration.

Análisis de la experiencia en clientes de transferencia de conocimiento de Tecnicafé.

Analysis of the knowledge transfer customers' experience at the café Tecnicafé.

Yenni Angélica Conde Cardona¹
María Fernanda Muñoz Urbano²

RESUMEN

En esta investigación se analizará la experiencia de los clientes en el servicio de transferencia de conocimiento del parque tecnológico de innovación del café (TECNiCAFÉ) a través de la revisión teórica de la evolución de la experiencia del cliente y su aplicación en contextos relacionados al sector cafetero. Además, se obtendrá información detallada sobre el recorrido de los clientes en las etapas de transferencia de conocimiento, gracias a la herramienta aplicada, conocida como mapa de recorrido del cliente o Customer Journey Map (CJM). De igual forma, se logrará comparar las expectativas iniciales de los clientes con respecto a las actividades de transferencia de conocimiento con los resultados y beneficios reales que experimentaron, lo que permitirá la proposición de estrategias de mejora para la experiencia de los clientes en futuras actividades de transferencia de conocimiento.

Palabras clave: experiencia del cliente, satisfacción, transferencia de conocimiento, servicio

Código JEL: M31

1 Universidad del Cauca, Colombia. yconde@unicauca.edu.co

2 Universidad del Cauca, Colombia. mariafmunoz@unicauca.edu.co

ABSTRACT

This research will analyze the experience of customers in the knowledge transfer service of the coffee innovation technology park (TECNiCAFÉ) through a theoretical review of the evolution of customer experience and its application in contexts related to the coffee sector. In addition, detailed information will be obtained on the path of customers in the stages of knowledge transfer, thanks to the applied tool, known as the Customer Journey Map (CJM). Likewise, it will be possible to compare the initial expectations of customers regarding knowledge transfer activities with the actual results and benefits they experienced, which will allow the proposal of improvement strategies for the customer experience in future knowledge transfer activities.

Keywords: Customer experience, satisfaction, knowledge transfer, service.

Análisis coyuntural departamental del sector turístico en Colombia

Departmental contextual analysis of the tourism sector in Colombia

Julio Alberto Perea Sandoval¹

RESUMEN

Los indicadores de competitividad turística proporcionan una serie de medidas cuantitativas y cualitativas que permiten a los gobiernos, las organizaciones turísticas y las empresas en el sector comprender mejor su posición en el mercado y tomar decisiones informadas para mejorar su competitividad. Estos desempeñan un papel crucial en la evaluación y mejora de la industria del turismo en un destino específico. En Colombia, el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia lo desarrolla la Fundación Universitaria Cafam y COTELCO, en un claro ejemplo de la importancia de las alianzas entre la academia y el sector real. Este índice es la herramienta más importante para la gestión estratégica y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. En este documento se revisa la metodología de construcción del Índice y se usa para determinar la correlación del valor del índice con el actual plan de desarrollo turístico del departamento. Es un proyecto de investigación en desarrollo.

Palabras clave: Análisis regional, urbano y rural; modelos de planificación; turismo

¹ Fundación Universitaria Cafam, Colombia julio.perea@unicafam.edu.co

ABSTRACT

Tourism competitiveness indicators provide a range of quantitative and qualitative measures that allow governments, tourism organizations, and businesses in the sector to better understand their market position and make informed decisions to enhance their competitiveness. They play a crucial role in evaluating and improving the tourism industry in a specific destination. In Colombia, the Regional Tourism Competitiveness Index of Colombia is developed by the Fundación Universitaria Cafam and Cotelco, exemplifying the importance of partnerships between academia and the private sector. This index is the most significant tool for strategic management and sustainable development of tourism destinations. This document reviews the methodology for constructing the Index and uses it to determine the correlation between the index value and the current tourism development plan of the department. It is an ongoing research project.

Keywords: urban, rural, regional analysis; planning models; tourism

Financiación de la innovación y capital de riesgo: un análisis bibliométrico

Maria Alejandra Santis Puche¹

Roberto Carlos Fortich Mesa²

Elbert Enrique Contreras³

Engler Ariza García⁴

RESUMEN

Los canales de financiación empresariales ortodoxos enfrentan amplias limitaciones a su capacidad de financiar emprendimientos innovativos y tienen fallas notables del mercado de conocimiento. La literatura sobre financiación de la innovación es compleja porque se disrumpe tras el surgimiento de instrumentos heterodoxos y no sigue una cohesión evidente. Este trabajo es una revisión bibliométrica de 361 artículos en SCOPUS entre 2018–2022 sobre financiación de la innovación y capital de riesgo, para aclarar el panorama de la literatura y detectar posibles tendencias. Se halló una producción creciente de cerca de 72 artículos por año en el tema, concentrándose las publicaciones en Research Policy, en los temas del crowdfunding y el equity crowdfunding y en China e Italia. Se concluye que el área de la financiación de la innovación está ganando importancia dentro de la economía de la innovación, excepto en América Latina donde la producción sigue siendo muy baja.

1 Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – UAJS, Colombia. direccion_administracion@uajs.edu.co

2 Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – UAJS, Colombia docente_investigador3@uajs.edu.co

3 Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – UAJS, Colombia. Docente_investigador3@uajs.edu.co

4 Corporación Universitaria del Caribe–Cecar, Colombia. ariza@cecar.edu.co

Palabras clave: Financiación de la innovación; Bibliometría; Capital de riesgo; I+D; Scopus

Código JEL: O32, G24, O30

ABSTRACT

The orthodox channels within banking and finance are not well-suited to issue loans to most innovative entrepreneurship. Furthermore, notable failures in the knowledge market deter it from providing optimal outcomes for innovative firms every time. The branch of literature dealing with the financing of innovation is complex one, given that: the emergence of heterodox tools tends to disrupt it; it is a fragmented literature; and it does not follow an evident cohesiveness. We conducted a bibliometric survey of 361 articles from SCOPUS published between 2018--2022 regarding the financing of innovation and venture capital, with the aim of providing a clear picture and identifying research trends. We found an increasing body of published research of around 72 papers per year in the subject, which concentrated on the Research Policy journal, with a focus on topics such as crowdfunding and equity crowdfunding, and with China and Italy as the main places of leading research. We also found that the average size of research teams working on the subject is of less than three coauthors. As a research topic, the financing of innovation is gaining space and importance within the field of economics of innovation, except for some regions like Latin America where there is still a dearth of SCOPUS-based production

Keywords: Financing of innovation; bibliometrics; venture capital; R&D; SCOPUS

Caracterización de la gestión del manejo de la tecnobasura RAEE generada en las universidades públicas en Cartagena de indias

Characterization of the management of the handling of weee techno-waste generated in public universities in the city of Cartagena de indias

Daniel Mauricio Avilés Rangel¹
Shirli Hernández Martínez²

RESUMEN

La proliferación de dispositivos digitales genera un problema ambiental creciente al final de su vida útil, con millones de toneladas de chatarra tecnológica cada año. En las Instituciones de Educación Superior (IES) de Cartagena de Indias, la tasa de reciclaje es insuficiente. Esta investigación busca caracterizar la gestión de residuos electrónicos (RAEE) en estas instituciones. Utilizando un análisis descriptivo observacional, se identificaron deficiencias en el manejo de la tecnobasura a través de entrevistas con el personal administrativo. Aunque están familiarizados con la clasificación de residuos orgánicos e inorgánicos, carecen de conocimiento en la gestión de residuos electrónicos. Es necesario ajustar las técnicas de recolección y clasificación para mejorar la gestión de RAEE. La implementación del proyecto no solo mejorará la gestión de estos residuos en las universidades públicas, sino que también beneficiará al medio ambiente, a la sociedad de Cartagena, a la economía local y a la infraestructura institucional.

Palabras clave: logística, reciclaje, economía circular, tecnobasura.

1 Universidad del Sinú, Seccional Cartagena, Colombia. daniel.aviles@unisinu.edu.co

2 Universidad del Sinú, Seccional Cartagena, Colombia. shirli.hernandez@unisinu.edu.co

ABSTRACT

The increase in the consumption of digital devices generates a growing environmental problem at the end of their useful life, with millions of tons of technological scrap each year. In the Higher Education Institutions (IES) of Cartagena de Indias, the recycling rate is insufficient. This research seeks to characterize the management of electronic waste (WEEE) in these institutions; Using an observational descriptive analysis, deficiencies in the management of techno-trash were identified. The interview conducted with internal and external personnel of the institutions under study was used as an instrument for collecting information. With which it can be concluded that, although they are familiar with the classification of organic and inorganic waste, they lack knowledge in the management of electronic waste. Collection and classification techniques need to be adjusted to improve WEEE management. The implementation of the project will not only improve the management of this waste in public universities, but will also benefit the environment, the society of Cartagena, the local economy and the institutional infrastructure.

Keywords: logistics, recycling, circular economy, technotrash.

Consumo socialmente responsable en la comunidad académica de la UPTC Duitama: actitudes y comportamientos

Responsible consumption in the academic community of UPTC Duitama: attitudes and behaviors

Sandra Mimiya Gómez Ángel¹
Ingrid Vanessa Bernal Díaz²

RESUMEN

Este estudio examina el comportamiento de los consumidores socialmente responsables (CSR) en la Facultad Seccional Duitama de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Utilizando una metodología cualitativa basada en una encuesta con escala Likert, el objetivo es explorar las motivaciones, actitudes y prácticas de consumo desde las perspectivas social, ética y ecológica. Los resultados preliminares indican actitudes positivas hacia el consumo responsable, con una notable consideración de los impactos sociales, ambientales y éticos en las decisiones de compra. No obstante, se han identificado áreas de mejora en la consistencia de las prácticas responsables y en la participación en iniciativas proambientales. Estos hallazgos resaltan la necesidad de reforzar la educación y las políticas de CSR para fomentar una cultura de consumo más sostenible y ética, que pueda influir positivamente en futuras iniciativas tanto dentro como fuera del entorno académico. La investigación está en curso.

Palabras clave: Consumo Socialmente Responsable (CSR); Sostenibilidad; Impacto Ambiental del Consumo; Educación.

Código JEL: D12; Q01; Q56; I25

¹ Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. sandra.gomez02@uptc.edu.co

² Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. ingrid.bernal02@uptc.edu.co

ABSTRACT

This study analyzes the behavior of socially responsible consumers (CSR) in the Duitama Sectional Faculty of the Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Using a qualitative methodology based on a Likert scale survey, the objective is to explore motivations, attitudes and consumption practices from social, ethical and ecological perspectives. Preliminary results indicate positive attitudes towards responsible consumption, with a notable consideration of social, environmental and ethical impacts in purchasing decisions. However, areas for improvement have been identified in the consistency of responsible practices and participation in pro-environmental initiatives. These findings highlight the need to strengthen CSR education and policies to foster a more sustainable and ethical consumer culture, which can positively influence future initiatives both within and outside the academic environment. Research is ongoing.

Keywords: socially responsible consumption (csr); sustainability; environmental impact of consumption; education.

Gamificación como potencializador de habilidades laborales

Gamification as an enhancer of skills

Maythe Yarilleny Baez Becerra¹

Leidy Lorena González Ríos²

Jorge Armando Coronell Acosta³

Viviana Racero López⁴

RESUMEN

La gamificación comprendida como el juego serio aplicada al ámbito organizacional es abordada hoy en día en diferentes sectores económicos, donde los escenarios educativos han sido pioneros encontrando en esta estrategia una manera efectiva de implementar los procesos de enseñanza – aprendizaje; sin embargo pareciera que los docentes de las instituciones educativas no tienen interés en hacer parte de los procesos de implementación del juego serio en ellos, por lo cual se aborda esta investigación exploratoria descriptiva de corte transversal que mediante encuestas pretende determinar la percepción de un grupo de docentes sobre la importancia de la gamificación como estrategia para fortalecer los sistemas de comunicación entre docentes de una universidad con el ánimo de construir una ruta pedagógica que consolide la puesta en práctica de la investigación.

Palabras clave: educación y desarrollo económico; desarrollo económico: recursos humanos; capital humano; desarrollo educacional; economía de américa latina

1 Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia. maythe.baez@uniminuto.edu.co

2 Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia. leidy.gonzalez-rio@uniminuto.edu.co

3 Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia. jorge.coronell@uniminuto.edu.co

4 Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia. viviana.racero@uniminuto.edu

ABSTRACT

Gamification, understood as serious play applied to the organizational field, is currently being addressed in various economic sectors, with educational settings leading the way by finding this strategy an effective means of implementing teaching and learning processes. However, it appears that educators in educational institutions show little interest in participating in the implementation of serious play. Therefore, this descriptive exploratory cross-sectional research, through surveys, aims to determine the perception of a group of educators regarding the importance of gamification as a strategy to strengthen communication systems among educators at a university, with the aim of building a pedagogical roadmap that consolidates the practical application of research.

Keywords: education and economic development; economic development; human resources; human capital; development education; latin american economics

Evaluación de la competencia docente con base en la opinión de los estudiantes: facultad de ingeniería Universidad Tecnológica del Chocó

Evaluation of teaching competence based on student opinion: faculty of engineering Universidad Tecnológica del Chocó

Janny Edinson Córdoba Rodríguez¹
Harlem Sirlein Beltrán Moreno²
Deison Palacios³

RESUMEN

El propósito general, de la investigación es conocer la percepción de sobre la calidad de las competencias del docente universitario de la facultad de ingeniería de la Universidad Tecnológica del Choco.

La metodológica se abordó desde un paradigma positivista, bajo un enfoque cuantitativo; como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario de dos (2) dimensiones: planeación y conducción del proceso enseñanza aprendizaje, compuesto por 25 ítems, medidos bajo escala tipo Likert, con cinco opciones de respuestas: 1 = Nunca; 2=casi nunca; 3=algunas veces; 4=casi siempre; y 5=siempre.

Se aplicó a estudiantes de los cinco últimos semestres y se estructuró en cinco fases. En la primera se aborda el problema y las teorías claves para la investigación; se conceptualizó sobre variables como universidad, competencia docente y evaluación del docente universitario. En la segunda el bosquejo sobre métodos y materiales. En tercer lugar, la estructuración del modelo de

1 Universidad Tecnológica del Chocó, Colombia. d-janny.cordoba@utch.edu.co

2 Universidad Tecnológica del Chocó, Colombia. harsibemo@yahoo.es

3 Universidad Tecnológica del Chocó, Colombia. d-deison.palacios@utch.edu.co

análisis; en la fase cuatro, el análisis y resultados. Para finalmente, aportar algunas conclusiones y recomendaciones.

Palabras claves: calidad, competencia, docente, educación, evaluación, servicio.

Código JEL: A22, I23, M31.

ABSTRACT

The summary must contain a maximum of 150 words; that briefly presents objectives, methodology and main result.

The general purpose of the research is to know the perception of the quality of the skills of the university professor of the engineering faculty of the Technological University of Choco. The methodology was approached from a positivist paradigm, under a quantitative approach; As a data collection instrument, a two (2) dimension questionnaire was used: planning and conducting the teaching-learning process, composed of 25 items, measured on a Likert-type scale, with five response options: 1 = Never; 2=almost never; 3=sometimes; 4=almost always; and 5=always. It was applied to students from the last five semesters and was structured in five phases. In the first, the problem and the key theories for the investigation are addressed; It was conceptualized on variables such as university, teaching competence and evaluation of the university teacher. In the second the outline of methods and materials. Thirdly, the structuring of the analysis model; in phase four, the analysis and results. Finally, provide some conclusions and recommendations. With a Cronbach's alpha of 0.95, the reliability of the instrument to measure the competence of the university teacher could be verified.

Keywords: quality, competence, teacher, education, evaluation, service

IA al servicio de la educación: optimizando la preparación de clases para un aprendizaje personalizado

*Ai-powered education: tailoring class
preparation for personalized learning*

Ángel Humberto Jurado Uribe¹
Yiceth Alejandra González Duarte²
Liliana María Castebianco Martínez³

RESUMEN

Este proyecto investigativo se centró en evaluar el impacto de la implementación de la inteligencia artificial en un curso de gerencia financiera, teniendo un análisis detallado de los datos recopilados, se pudo constatar una mejora significativa en el rendimiento académico de los estudiantes, reflejada en un aumento en sus calificaciones y tasas de aprobación. Además, se observó un incremento en la participación y el compromiso de los estudiantes, gracias a la personalización del aprendizaje y al uso de herramientas interactivas, se identificó diversas mejores prácticas para la integración exitosa de la IA en la educación, como la formación continua de los docentes, la personalización del contenido y la evaluación formativa. Los resultados obtenidos sugieren que la IA tiene el potencial de transformar la educación, haciendo que sea más personalizada, eficiente y equitativa.

Palabras clave:

Inteligencia artificial, educación, pedagogía, preparación de clases, aprendizaje personalizado.

Código JEL: J24, D83, O33.

1 Universidad Popular del Cesar, Colombia. ajurado@unicesar.edu.co

2 Universidad Popular del Cesar, Colombia. yicethgonzalez@unicesar.edu.co

3 Universidad Popular del Cesar, Colombia. lcatebianco@unicesar.edu.co

ABSTRACT

This research project focused on evaluating the impact of implementing artificial intelligence in a financial management course. Through a detailed analysis of the collected data, a significant improvement in students' academic performance was observed, reflected in an increase in their grades and pass rates. Additionally, an increase in student participation and engagement was noted, thanks to the personalization of learning and the use of interactive tools. Several best practices were identified for the successful integration of AI in education, such as ongoing teacher training, content personalization, and formative assessment. The results obtained suggest that AI has the potential to transform education, making it more personalized, efficient, and equitable.

Keywords: Artificial intelligence, Education, Pedagogy, Class preparation, Personalized learning

El futuro del liderazgo organizacional en la era de la sustentabilidad

The future of organizational leadership in the era of sustainability

isabel Cristina Yepes Jiménez¹

Yuri Shaday Castro Caraballo²
Yuleine Maira Franco Rodríguez³

RESUMEN

En el entorno empresarial en que nos encontramos, el liderazgo organizacional para la sustentabilidad cumple un papel fundamental, debido a que se convierte en un pilar que ayuda a garantizar el éxito a largo plazo de las organizaciones. Es importante mencionar que este liderazgo no busca solamente un crecimiento económico, sino que se enfoca en el uso eficiente y responsable de los recursos naturales. Además, minimiza el desperdicio y promueve la reutilización y el reciclaje. Cabe señalar que la adopción de estas medidas no solo responde a la necesidad de cumplir con regulaciones, sino que representa una oportunidad para que las empresas logren diferenciarse en el mercado, dado que tendrán algo característico, atrayendo a inversionistas interesados en la sustentabilidad. Esto ayuda a fortalecer la competitividad de las empresas a largo plazo; además, tendrán un valor agregado, especialmente en un mercado que es más consciente de la responsabilidad social y ambiental.

Palabras clave: Liderazgo, organización y sustentabilidad.

1 Universidad Simón Bolívar, Colombia. isabel.yepes@unisimon.edu.co

2 Universidad Simón Bolívar, Colombia. yuri.castro@unisimon.edu.co

3 Universidad Simón Bolívar, Colombia. yuleine.franco@unisimon.edu.co

ABSTRACT

In the business environment in which we find ourselves, organizational leadership for sustainability plays a fundamental role, since it becomes a pillar that helps guarantee the long-term success of organizations. It is important to mention that this leadership does not only seek economic growth but focuses on the efficient and responsible use of natural resources. It also minimizes waste and promotes reuse and recycling. It should be noted that the adoption of these measures not only responds to the need to comply with regulations but also represents an opportunity for companies to differentiate themselves in the market, since they will have something distinctive, attracting investors interested in sustainability. This helps to strengthen the competitiveness of companies in the long term; in addition, they will have an added value, especially in a market that is more aware of social and environmental responsibility.

Keywords: Leadership, organization and sustainability.

Preferencias de consumo e intención de compra de café tostado, de acuerdo con la influencia del tueste en los estudiantes de la universidad Surcolombiana

Consumption preferences and purchase intention of roasted coffee, according to the influence of roasting in the students of the Universidad Surcolombiana

Nicolás, Tovar Jacobo¹
Derly Cibelly, Lara Figueroa²

RESUMEN

Los consumidores están mostrando un interés creciente en las características, trazabilidad y transparencia, prestando especial atención al origen y la calidad del café, además de buscar perfiles de sabor distintivos. El estudio examinó las preferencias y comportamientos de compra de café en el segmento de la población universitaria al identificar tendencias y patrones de consumo a fin de tener una comprensión más profunda y precisa de los factores que moldean la demanda de este producto. La metodología fue de orden cuantitativo; se utilizaron métodos estadísticos para llevar a cabo análisis estadísticos para identificar patrones y correlaciones entre las respuestas del formulario y las preferencias sensoriales. De manera que fue posible identificar las tendencias de consumo de café, delimitar los aspectos sensoriales que influyen en la intención de compra a partir del proceso de tueste en el perfil sensorial y proponer rueda de sabores.

Palabras clave: comportamiento del consumidor, café, perfil sensorial, tendencias, universitarios

1 Universidad SurColombiana, Colombia Nicolas.tovar@usco.edu.co

2 Universidad SurColombiana, Colombia. derly.lara@usco.edu.co

ABSTRACT

Consumers are showing an increasing interest in characteristics, traceability and transparency, paying particular attention to the origin and quality of coffee, as well as looking for distinctive taste profiles. The study examined coffee preferences and purchasing behavior in the university population segment by identifying trends and consumption patterns to gain a deeper and more accurate understanding of the factors shaping the demand for coffee. The methodology was quantitative, and statistical methods were used to perform statistical analysis to identify patterns and correlations between the answers on the form and sensory preferences. In this way it was possible to identify coffee consumption trends, delimit the sensory aspects that influence purchase intention based on the roasting process in the sensory profile and propose a flavors wheel.

Keywords: Consumer behavior, coffee, sensory profiling, trends, university students.

Corresponsabilidad, cocreación y cogestión como estrategias innovadoras en el sistema de educación superior. Caso facultad de ciencias económicas de la Universidad del Atlántico (2023-2026).

Co-responsibility, co-creation and cogestion as innovative strategies in the higher education system. Case of the faculty of economic sciences of the Universidad del Atlantico (2023-2026).

Jairo Contreras Capella¹

RESUMEN

La corresponsabilidad, cocreación y cogestión como estrategia innovadora en la gestión universitaria, implica trabajar con percepciones nacidas de contextos reales de la educación superior, desde donde se promueven elementos generadores de sustentabilidad y sostenibilidad como soporte para alcanzar procesos pertinentes de oferta académica de excelencia. Esto implica una acción colectiva deliberada que potencie los recursos institucionales asignados.

La investigación tuvo como objetivo destacar la corresponsabilidad, cocreación y cogestión como estrategias en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad del Atlántico, buscando impulsar la excelencia académica mediante acción colectiva que beneficie la misión institucional y el territorio, requiriéndose una matriz de 39 comités que integrara a agentes del entorno.

Palabras clave: corresponsabilidad en educación superior; cocreación en educación superior; cogestión en educación superior; facultad de ciencias económicas de la Universidad del Atlántico.

¹ Universidad del Atlántico, Colombia. jairocontreras@mail.uniatlantico.edu.co

ABSTRACT

Co-responsibility, co-creation and co-management as an innovative strategy in university management, implies working with perceptions born from real contexts of higher education, from where elements that generate sustainability and sustainability are promoted as a support to achieve relevant processes of academic excellence. This implies a deliberate collective action that enhances the institutional resources allocated.

The research aimed to highlight co-responsibility, co-creation and co-management as strategies in the Faculty of Economic Sciences of the University of the Atlantic, seeking to promote academic excellence through collective action that benefits the institutional mission and the territory, requiring a matrix of 39 committees that would integrate agents from the environment.

Keywords: co-responsibility in higher education; co-creation in higher education; co-management in higher education; faculty of economic sciences of the Universidad del Atlántico.

Aplicaciones de la IA para la agroindustria de la palma de aceite.

AI applications for the oil palm agribusiness.

RESUMEN

El objetivo de la ponencia es identificar cómo la inteligencia artificial (IA) puede mejorar la eficiencia logística en la agroindustria de la palma de aceite, optimizando recursos y productividad. La metodología incluye un enfoque descriptivo y vivencial, con visitas al centro de investigación de Cenipalma y la revisión de documentos especializados. Los principales resultados muestran que la IA puede monitorear en tiempo real, predecir la disponibilidad de frutos, optimizar rutas de transporte y mejorar el almacenamiento, lo que contribuye a una gestión más eficiente y sostenible en el sector.

Palabras clave: Industria Agraria; Palma de aceite; Inteligencia Artificial; Logística

ABSTRACT

The objective of the report is to identify how Artificial Intelligence can improve logistic efficiency in the oil palm agribusiness, optimizing resources and productivity. The methodology includes a descriptive and experiential approach, with visits to Cenipalma Research Center and the review of specialized documents. The main results show that AI can monitor in real time, predict fruit availability, optimize transport routes, and improve storage, contributing to more efficient and sustainable management in the sector.

Keywords: Agrobusiness, oil palm, Artificial Intelligence, Logistic

Análisis bibliométrico del encuentro de investigación ASCOLFA 2024

Bibliometric analysis of the ascolfa 2024 research meeting

William Umar Rincón-Báez¹
Gisele Eugenia Becerra-Plaza²

RESUMEN

El análisis bibliométrico de las ponencias presentadas en la conferencia ASCOLFA 2024 se basó en el estudio de los títulos, palabras clave y resúmenes. Los resultados revelan que los temas más recurrentes están alineados con las tendencias globales en la administración de empresas. La sostenibilidad, la innovación y la gestión empresarial fueron los principales enfoques investigativos. La prevalencia de términos como “sostenibilidad” e “innovación” en los títulos y resúmenes refleja una creciente preocupación por las prácticas responsables y el desarrollo tecnológico en las empresas Colombianas. En cuanto a las palabras clave, “gestión”, “finanzas” y “responsabilidad social” también mostraron un fuerte interés, indicando que las investigaciones se orientan hacia un enfoque integral de la administración que combina resultados financieros con impactos sociales y ambientales.

Además, se observó un notable interés en el emprendimiento, tanto en términos de creación de empresas como de sostenibilidad. Este enfoque refleja la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico de Colombia y la necesidad de una sólida educación financiera para apoyar a los nuevos emprendedores. Los estudios sugieren que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan barreras para competir globalmente, lo que

¹ Estudiante Doctorado Interinstitucional de Educación Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia. williamumar@hotmail.com

² Corporación Universitaria Asturias, Colombia. direccion.ejecutiva@ascolfa.org.co

subraya la relevancia de fomentar la innovación abierta y la colaboración.

Finalmente, las investigaciones se alinean con las demandas globales de educación financiera y gestión organizacional eficiente, aspectos que son fundamentales para la competitividad empresarial a largo plazo. Este análisis bibliométrico destaca cómo las instituciones Colombianas están comprometidas con el avance en estas áreas críticas, al tiempo que abordan desafíos locales y globales.

Palabras clave: sostenibilidad, innovación, gestión, finanzas, emprendimiento, responsabilidad social, educación financiera, liderazgo.

ABSTRACT

The bibliometric analysis of the papers presented at the ASCOLFA 2024 conference was based on an examination of the titles, keywords, and abstracts. The results demonstrate that the most prevalent themes are consistent with global trends in business administration. The primary research foci were sustainability, innovation, and business management. The prominence of terms such as “sustainability” and “innovation” in the titles and abstracts suggests a growing emphasis on responsible practices and technological advancement within Colombian companies. Keywords such as “management,” “finance,” and “social responsibility” also demonstrated considerable interest, indicating that research is oriented toward an integrated approach to management that combines financial results with social and environmental impacts.

Furthermore, there was a discernible inclination towards entrepreneurship, encompassing both the establishment of new businesses and the pursuit of sustainable practices. This approach reflects the importance of entrepreneurship for Colombia’s economic development and the necessity of providing

robust financial education to support nascent entrepreneurs. The studies indicate that small and medium-sized enterprises (SMEs) encounter obstacles to competing on the global stage, emphasizing the importance of fostering open innovation and collaboration. Furthermore, the research aligns with global demands for financial literacy and efficient organizational management, which are fundamental for long-term business competitiveness. This bibliometric analysis demonstrates how Colombian institutions are dedicated to advancing in these critical areas while addressing local and global challenges.

Keywords: sustainability, innovation, management, finance, entrepreneurship, social responsibility, financial education, leadership.

