

Memorias



UNISANGIL
VIGILADA Mineducación



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**

**HORIZONTES EMPRESARIALES:
REDEFINIENDO LOS MODELOS DE NEGOCIO**

**23 y 24 de
OCTUBRE 2025**

Mayores Informes
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Sede San Gil: (607) 685 2925 - 685 2926 Ext. 2094 - 2120
Sede Yopal: (608) 661 2616 Ext. 2236 - 2235
Email: congresoicoe@unisangil.edu.co
Celular: 310 578 0372

ISSN: 2711-2349, Volumen 7





Directivos UNISANGIL

Patricia Lequerica Moreno	Rectora y Representante Legal
Marcela Ordoñez Rodríguez	Vicerrectora Académica
José Manuel Serrano Jaimes	Vicerrector Administrativo y Financiero
Silvia Milena Gómez Rincón	Decana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Organizadores

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Grupo de investigación **IDCEA – Investigación y Desarrollo en Ciencias Económicas, Administrativas, Contables y Turísticas.**

Sede Chiquinquirá

Ingrid Tatiana Velásquez Cuellar	Directora Programa de Administración de Empresas Directora Programa de Contaduría Pública
----------------------------------	--

Sede San Gil

Silvia Milena Gómez Rincón	Decana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Nohora Corzo Gutiérrez	Directora Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria Directora Programa de Administración de Empresas
Julio César Rangel Gutiérrez	Director Programa de Contaduría Pública
María Teresa Cala Díaz	Coordinadora de Posgrados
Argenis Ramírez Ramírez	Coordinadora de Investigación
Oscar Mauricio Colmenares Benavides	Coordinador de Extensión
Edgar Alonso Vera Castellanos	Docente investigador programa Administración de Empresas
Uriel Sarmiento Blanco	Docente investigador programa Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria
Nury Yaidy Parrales Martínez	Docente investigador programa Contaduría Pública
Luz Amparo Bernal Benítez	Docente investigador programa Contaduría Pública

Grupo de investigación **SCIENTIA KARAYURÚ**

Sede Yopal

Nury Carmenza Chaparro Cubides	Directora Programa de Administración de Empresas
Martha del Pilar Peña Quimbayo	Directora Programa de Contaduría Pública
Lina Alejandra Bautista Mendivelso	Coordinadora Posgrados
Julián Esteban Chavarro Ramírez	Coordinador de Investigación
Lázaro María Ardila Correa	Coordinador de Extensión
Omar Cadena Hernández	Docente investigador programa Contaduría Pública



Comité científico

Chiquinquirá

Ingrid Tatiana Velásquez Cuellar

- Magíster en Dirección y Administración de Empresas
- Profesional en Comercio Internacional

San Gil

Silvia Milena Gómez Rincón

- Magíster en Administración de Empresas
- Especialista en Tecnología en Gestión del Talento Humano por competencias
- Comercio Exterior

Nohora Corzo Gutiérrez

- Magíster en Economía Solidaria para el Desarrollo Territorial
- Especialista en Pedagogía para el desarrollo de la inteligencia
- Administradora de Empresas
- Tecnóloga en Gestión de Empresas de Economía Solidaria

Argenis Ramírez Ramírez

- Magíster en Administración de Empresas con especialidad en Dirección de Proyectos
- Ingeniera Industrial

Julio César Rangel Gutiérrez

- Magíster en Administración de Proyectos
- Contador Público

Nury Yaidy Parrales Martínez

- Magíster en Finanzas Corporativas
- Especialista en Contaduría Pública
- Especialista en Ciencias de la Educación
- Contador Público

María Teresa Cala Díaz

- Magíster en Educación de entornos virtuales de aprendizaje
- Especialista en Talento Humano por competencias
- Administradora de Empresas
- Tecnóloga en Gestión Turística y Hotelera

Edgar Alonso Vera Castellano

- Magíster en Ciencia Política
- Especialista en Derecho Público Financiero
- Economista

Luz Amparo Bernal Benítez

- Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría Forense
- Especialista en Pedagogía para el Desarrollo de la Inteligencia
- Especialista en Gerencia Pública
- Contadora Pública



Uriel Sarmiento Blanco

- Magister en Economía Solidaria para el Desarrollo Territorial
- Especialista en Pedagogía para el Desarrollo de la Inteligencia
- Especialista en Planeación, Desarrollo y Administración de la Investigación

Yopal

Lázaro María Ardila Correa

- Doctor en Gerencia Pública y Política Social
- Magister en Administración de Organizaciones
- Especialista en Docencia Universitaria
- Administrador de Empresas

Nury Carmenza Chaparro Cubides

- Magister en Administración de Empresas
- Especialista en Gestión de Proyectos
- Economista

Martha del Pilar Peña Quimbayo

- Magister en Contabilidad
- Especialista en Finanzas
- Contador Público

Julián Esteban Chavarro Ramírez

- Magister en Ingeniería de la Producción
- Ingeniero Industrial
- Tecnólogo en Producción Industrial

Omar Cadena Hernández

- Maestrante de Gerencia de las Organizaciones
- Especialista en Gestión de Costos
- Especialista en Pedagogía para el desarrollo de la Inteligencia (PDI)
- Contador Público

Lina Alejandra Bautista Mendivelso

- Magister en Administración
- Administradora Financiera y de Sistemas

Compilador

Argenis Ramírez Ramírez

Oscar Mauricio Colmenares Benavidez



Presentación

En el entorno global actual, definido por la disrupción tecnológica, la incertidumbre económica y la necesidad constante de adopción de nuevos modelos de negocio, la gestión empresarial enfrenta una transformación profunda, que demanda una visión más innovadora, adaptable y estratégica. Las organizaciones afrontan panoramas cruciales entorno a la adopción de nuevas tecnologías, transformación digital acelerada, cambios en el comportamiento del consumidor, y dinámicas del macroentorno que han generado retos sin precedentes para las organizaciones, obligándolas a repensar sus estructuras, estrategias y propuesta de valor.

Este congreso, denominado **“Horizontes empresariales: redefiniendo los modelos de negocio”**, busca generar un espacio académico, investigativo y empresarial, donde se convoca a estudiantes, docentes, investigadores, graduados y empresarios a participar de un análisis crítico e interdisciplinar de estas transformaciones. Su enfoque estará orientado a reflexionar como desde las organizaciones, se replantean los modelos de negocio, redefiniendo nuevos caminos empresariales demarcado por muchos retos, no solo desde perspectivas internacionales, o grandes sectores nacionales sino incluso desde ámbitos regionales, marcando hitos a nivel competitivo, sostenible e innovador.

A través de conferencias experienciales, ponencias, conversatorios y talleres prácticos, este congreso busca aportar conocimiento sólido, pertinente y aplicado, a sus asistentes, orientado a entender y aprender sobre los cambios del entorno organizacional, fortalecer su visión profesional, y promover un impacto positivo en sus contextos económicos, académicos y sociales.



Conferencistas



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**



Laura Negrón
Empresaria

Conferencia: “Negocios con propósito: del producto a la experiencia”
CEO Negrón Chocolatería y Floristería

Conferencista nacional



Más info. www.unisangil.edu.co



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**



PhD. Luis Gabriel Plata Vargas

Conferencia: “La importancia del contexto: comprendiendo la influencia del entorno institucional en el emprendedor”.

Conferencista internacional



Más info. www.unisangil.edu.co



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**



PhD. Margarita Almonacid Durán

Conferencia: “Prospectiva tecnológica y marketing digital: estrategias para definir modelos de negocio en la era de la innovación sostenible”.

Conferencista internacional



Más info. www.unisangil.edu.co



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**



PhD. Edwin Jesús Barrera Rodríguez

Conferencia: “El Toque Mágico en las Organizaciones”.

Conferencista nacional



Más info. www.unisangil.edu.co



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**



PhD. Andrés Cárdenas

Conferencia: “Innovación y sostenibilidad: un nuevo modelo de desarrollo y transformación digital en el contexto europeo”.

Conferencista internacional



Más info. www.unisangil.edu.co



Programación



AGENDA

Jueves 23 de octubre

Acto de apertura VII Congreso Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas, palabras Decana Dra. Silvia Milena Gómez Rincón.

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sede San Gil)

Hora: 6:15pm – 6:30pm

Conversatorio: “Hecho en la región: historias, impacto y liderazgo empresarial”

Invitados especiales: Empresarios de la región.

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sedes San Gil y Yopal)

Hora: 6:30pm – 7:30pm

Conferencia Internacional: “La importancia del contexto: comprendiendo la influencia del entorno institucional en el emprendedor”

PhD. Luis Gabriel Plata Vargas, Doctor en Filosofía – Universidad de Durham, Reino Unido.

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sede San Gil)

Hora: 7:30pm – 8:30pm

Conferencia Internacional: “Prospectiva Empresarial”

PhD. Margarita Almonacid Durán

Doctora en Economía de la Empresa y Finanzas – Universidad Rey Juan Carlos.

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sede San Gil).

Hora: 8:30pm – 9:30pm

Cierre

Hora: 9:30pm



HORIZONTES EMPRESARIALES: REDEFINIENDO LOS MODELOS DE NEGOCIO

AGENDA: Viernes 24 de octubre

Encuentro investigativo – Ponencias

Auditorio UNISANGIL (sede San Gil)

Modalidad: híbrida.

Hora: 8:00am – 12:30pm

Conferencia nacional: “Negocios con propósito: del producto a la experiencia”

Empresaria invitada: Laura Negrón

CEO Negrón Chocolatería y Floristería

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sede San Gil)

Hora: 6:30pm – 7:30pm

Conferencia nacional: “El toque mágico en las organizaciones”

PhD. Edwin Jesús Barrera Rodríguez

Doctor Honoris Causa – Remzion University of Jerusalem, Israel.

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sede Yopal).

Hora: 6:30pm – 7:30pm

Conferencia Internacional: “Innovación y Sostenibilidad: Un nuevo modelo de desarrollo y transformación digital en el contexto europeo”

PhD. Andrés Cárdenas

Doctor en Ciencias Geológicas – Instituto Superior Técnico de Lisboa, Portugal.

Lugar: Auditorio UNISANGIL (sede San Gil)

Hora: 8:30pm – 9:30pm

Cierre

Hora: 9:30pm



Contenido

	Pág.
Administración y gestión organizacional	
Propuesta de un modelo de diseño organizacional para las empresas de servicios de salud del municipio de San Gil, Santander Colombia	12
Estudio de caso del estado actual de marketing para la marca de café Don Humbe, Valle de San José	14
Tendencias y niveles de uso de la inteligencia artificial en estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de Pamplona	16
Diseño de un plan estratégico basado en el Cuadro de Mando Integral para JATNIEL C.J. S.A.S. en Oiba, Santander	18
Medición del impacto del graduado del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Remington en Casanare	20
Diseño de estrategias para la implementación de la política de gestión de la información estadística acorde al Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) de la Administración Municipal.	22
Análisis de los sectores económicos que pueden fortalecer el desarrollo empresarial en Yopal	24
Algoritmos de la originalidad: Análisis del potencial de la inteligencia artificial contra el plagio en la industria de la moda.	26
Impacto de la inteligencia artificial en la gestión del talento humano: aplicaciones en empresas emergentes de San Gil	28
Análisis prospectivo de la cadena productiva del sector del cacao del departamento de norte de Santander (Colombia)	30
Planeación estratégica universitaria mediante gestión participativa	32
Diseño estratégico de la empresa “Soluciones Ingenger Civil M.G. Construcciones” bajo la metodología del Cuadro de Mando Integral, en el Municipio de San Gil, Santander	34
Contabilidad y Finanzas	
Impacto de la cooperación académica en la gestión financiera de las universidades públicas colombianas en 2023	37
Análisis y optimización de los costos de producción en pequeñas unidades lecheras en Tabio, Cundinamarca	39
Estudio comparativo de los currículos de ética en la Contaduría Pública: perspectivas de Colombia y México	41

Desarrollo Local



Análisis de políticas públicas efectivas en el acceso y la disponibilidad de alimentos para la población. Seguridad alimentaria	44
Aplicación del marketing digital en MiPymes de confecciones, Bucaramanga, Colombia	46
Calidad de vida e inteligencia de negocios: un modelo estratégico para ciudades intermedias	48
Economía circular y sostenibilidad urbana: gestión innovadora de residuos de construcción y demolición (RCD) en Armenia – Quindío.	50

Economía Solidaria

Caracterización de las Organizaciones Solidarias activas de la Provincia Comunera y la provincia de Vélez- Santander	53
Estrategias de financiamiento para el desarrollo económico del sector cafetero en El Socorro, Santander	55

Educación

Gamificación en la formación empresarial: un plan de formación para mejorar habilidades estratégicas	58
Innovación en el modelo educativo emprendedor del programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña	60
Análisis piloto de competencias blandas en los jóvenes universitarios de la FCEA de UNISANGIL sede San Gil	62

Emprendimiento

Tu Imagen Digital: Modelo de negocio híbrido (agencia + formación) apalancado en IA para Mipymes	65
Análisis de los e-commerce en las exportaciones de confección de jeans en las mipymes de Cúcuta	67
Avances en el diseño de un laboratorio itinerante de innovación con enfoque lúdico para el fortalecimiento empresarial en el Quindío	69
Análisis de correlación de la percepción del emprendimiento del estudiante de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de los Llanos, año 2025	71
Ruralidad: emprendiendo desde la diversificación, ¿elección u obligación?	73
Diagnóstico de los emprendimientos universitarios en el Departamento de Casanare	75

Responsabilidad Social y Empresarial

Gestión responsable en el contexto universitario desde la percepción de los stakeholders internos	78
---	----

Marketing



Percepción del consumidor sobre la efectividad de la estrategia de promoción como práctica administrativa en las cafeterías de Pamplona	81
Propuesta de estrategias de marketing para el Departamento de Promoción y Comunicaciones, orientado a los posgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Fundación Universitaria de San Gil – UNISANGIL sede San Gil.	83
Estimación de los niveles de entusiasmo de un cliente al escuchar una propuesta de un proyecto empleando diversos medios tecnológicos.	86

Turismo

Propuesta plan prospectivo del turismo en San Gil 2025 -2035	89
--	----



Administración y Gestión Organizacional



**VII CONGRESO
INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**

**HORIZONTES EMPRESARIALES:
REDEFINIENDO LOS MODELOS DE NEGOCIO**



Propuesta de un modelo de diseño organizacional para las empresas de servicios de salud del municipio de San Gil, Santander Colombia

Proposal for an organizational design model for healthcare service companies in the municipality of San Gil, Santander, Colombia

Duván Javier Remolina Olarte¹

Argenis Ramírez Ramírez²

Resumen

La presente investigación, propone un modelo de diseño organizacional para las empresas de servicios de salud del municipio de San Gil, Santander, Colombia, buscando guiar su crecimiento y sostenimiento en el mercado. El problema central radica en que estas empresas enfrentan múltiples retos que amenazan su sostenibilidad, y no se ha identificado un modelo claro que explique la permanencia de las que sí han logrado subsistir en la región, dificultando la gestión eficiente. La investigación empleó un enfoque mixto, cuantitativo con un diseño no experimental transversal analítico y cualitativo con un diseño micro etnográfico, involucrando un censo a 31 Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS) del municipio y entrevistas semiestructuradas a gerentes y administradores. El contenido aborda las directrices de la investigación, fundamentación teórica, componente metodológico y resultados, que incluyen un diagnóstico y la propuesta del modelo. Las conclusiones revelan que las IPS de San Gil poseen una estructura funcional con debilidades en formalización de procesos, descentralización operativa y flexibilidad, y que los modelos eficaces en el sector combinan autonomía técnica profesional con estructuras estratégicas sólidas y procesos flexibles. Por ello, se propone un modelo profesional adaptativo, basado en Mintzberg, para fortalecer la coordinación, innovación y eficiencia operativa, asegurando la permanencia y crecimiento de las IPS en contextos complejos.

¹ Estudiante maestría en gerencia de organizaciones de la Fundación Universitaria San Gil – UNISANGIL, enfermero profesional y docente universitario. duvanremolina@unisangil.edu.co

² Magister en Administración de Empresas con énfasis en Dirección de Proyectos, docente Maestría en Gerencia de Organizaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Fundación Universitaria San Gil- UNISANGIL aramirez@unisangil.edu.co



Palabras claves

Diseño organizacional, empresas de salud, sostenibilidad, innovación, liderazgo.

Abstract

This research proposes an organizational design model for healthcare companies in the municipality of San Gil, Santander, Colombia, seeking to guide their growth and sustainability in the market. The central problem lies in the fact that these companies face multiple challenges that threaten their sustainability, and no clear model has been identified that explains the permanence of those that have managed to survive in the region, hindering efficient management. The research used a mixed approach, quantitative with a non-experimental cross-sectional analytical design and qualitative with a micro-ethnographic design, involving a census of 31 Health Service Providers (IPS) in the municipality and semi-structured interviews with managers and administrators. The content addresses the research guidelines, theoretical basis, methodological component, and results, which include a diagnosis and the proposed model. The conclusions reveal that the IPS in San Gil have a functional structure with weaknesses in process formalization, operational decentralization, and flexibility, and that effective models in the sector combine professional technical autonomy with solid strategic structures and flexible processes. Therefore, an adaptive professional model based on Mintzberg is proposed to strengthen coordination, innovation, and operational efficiency, ensuring the permanence and growth of IPSs in complex contexts.

Keywords

Organizational design, healthcare companies, sustainability, innovation, leadership.



Estudio de caso del estado actual de marketing para la marca de café Don

Humbe, Valle de San José

Case study of the current state of marketing for the Don Humbe coffee brand, San
José Valley

Laura Natalia Salazar Torres¹

Nicol Slendy Muñoz Guevara²

Resumen

El presente trabajo analiza el estado actual de la estrategia de marketing de la marca Don Humbe Café, un emprendimiento familiar de café especial ubicado en el municipio de Valle de San José (Santander), caracterizado por su tradición cafetera y compromiso con prácticas sostenibles. La investigación parte de la necesidad de fortalecer el posicionamiento de la marca frente a los retos de visibilidad y competitividad del sector cafetero colombiano. Se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, desde la modalidad de estudio de caso descriptivo, aplicando un análisis DOFA complementado con revisión documental, entrevistas semiestructuradas a directivos y benchmarking con empresas del sector. Los resultados evidenciaron que Don Humbe Café posee un alto potencial competitivo sustentado en la calidad del producto, la sostenibilidad y su posicionamiento internacional, aunque enfrenta limitaciones asociadas a la falta de reconocimiento local, la limitada inversión en marketing digital y su dependencia de intermediarios para la comercialización. Se concluye que la implementación de estrategias de comunicación digital, diversificación de canales de venta, fortalecimiento del turismo rural y fidelización de clientes permitirá mejorar la competitividad y proyectar un crecimiento sostenible. El estudio aporta recomendaciones y herramientas prácticas que contribuyen a la toma de decisiones informadas y al fortalecimiento estratégico de los emprendimientos rurales con enfoque sostenible.

¹ Estudiante de administración de empresas, Universidad de Investigación y Desarrollo UDI, Colombia, lsalazar14@udi.edu.co

² Estudiante de administración de empresas, Universidad de Investigación y Desarrollo UDI, Colombia, nmunoz8@udi.edu.co



Palabras claves

DOFA, café, marketing integral, sostenibilidad, competitividad.

Abstract

This study analyzes the current state of the marketing strategy of Don Humbe Café, a family-owned specialty coffee enterprise located in the municipality of Valle de San José (Santander, Colombia). The research addresses the need to strengthen the brand's market positioning in a highly competitive environment for rural agro-industrial ventures. The study was carried out as a descriptive case study with a qualitative approach, aiming to identify the brand's strengths, opportunities, weaknesses, and threats (SWOT analysis) and to propose strategic guidelines for its national and international consolidation. The methodology combined documentary review, semi-structured interviews with company executives, benchmarking with other coffee firms, and strategic analysis. The findings reveal that Don Humbe Café has significant competitive potential due to the high quality of its product, sustainable production practices, and growing international recognition. However, the company faces challenges related to limited investment in digital marketing, insufficient local awareness, and dependence on intermediaries. The research concludes that implementing strategies of differentiation, digital positioning, customer loyalty, and tourism-related diversification will strengthen competitiveness and enhance visibility. This study provides practical insights for designing sustainable marketing models applicable to other rural coffee enterprises.

Keywords

SWOT, coffee, integrated marketing, sustainability, competitiveness.



Tendencias y niveles de uso de la inteligencia artificial en estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de Pamplona

Trends and levels of artificial intelligence use among students of the Industrial Engineering program at the University of Pamplona

Jessica Ferley Domínguez Rangel¹

Sandra Paola Leal Hernández²

Resumen

Este trabajo se propone estudiar los niveles de implementación y las tendencias de uso de herramientas de la inteligencia artificial (IA) por parte de los estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de Pamplona. Resulta relevante, dado que existe poca sistematización respecto al grado de apropiación y al uso estratégico de estas tecnologías en los procesos de aprendizajes y en el perfil del profesional de esta área. El estudio se enmarca en un enfoque mixto y predominantemente descriptivo, y combina revisión documental, encuestas y análisis de casos. La población está constituida por 714 estudiantes y la muestra representativa, calculada con un 95 % de confianza y un margen de error del 5 %, es de 252 participantes. Los avances preliminares dan cuenta de un aumento progresivo del uso de la IA para el desarrollo de actividades académicas como la redacción, la resolución de problemas, la simulación de procesos; sin embargo, se mantiene una brecha importante respecto al uso avanzado de la IA para la optimización de operaciones, modelación de datos y automatización de procesos productivos. Esta tendencia revela una adopción mayoritariamente instrumental, en desmedro de las apropiaciones de tipo estratégico e innovador. Finalmente, se concluye de forma preliminar que la integración consciente de la IA dentro de la formación en ingeniería industrial es un factor que permite fortalecer las competencias digitales, analíticas e

¹ Magister en Ingeniería Industrial; Universidad de Pamplona, Colombia, jessica.dominguez@unipamplona.edu.co

² Magister en Ingeniería Industrial; Universidad de Pamplona, Colombia, sandra.leal@unipamplona.edu.co



innovadoras, adecuadas al alcance de las competencias que requiere una ingeniería afín a la industria 4.0.

Palabras claves

Inteligencia artificial, estudiantes universitarios, Ingeniería Industrial, adopción tecnológica, competencias digitales.

Abstract

This paper aims to study the levels of implementation and usage trends of artificial intelligence (AI) tools by students in the Industrial Engineering program at the University of Pamplona. This is relevant given that there is little systematization regarding the degree of appropriation and strategic use of these technologies in learning processes and in the profile of professionals in this field. The study is framed within a mixed and predominantly descriptive approach, combining documentary review, surveys, and case analysis. The population consists of 714 students, and the representative sample, calculated with a 95% confidence level and a 5% margin of error, is 252 participants. Preliminary progress indicates a progressive increase in the use of AI for academic activities such as writing, problem-solving, and process simulation; however, a significant gap remains regarding the advanced use of AI for operations optimization, data modeling, and automation of production processes. This trend reveals a predominantly instrumental adoption, to the detriment of strategic and innovative appropriations. Finally, it is preliminarily concluded that the conscious integration of AI into industrial engineering training is a factor that allows for the strengthening of digital, analytical, and innovative skills, appropriate to the scope of the competencies required for engineering related to Industry 4.0.

Keywords

Artificial intelligence, university students, Industrial Engineering, technological adoption, digital competencies.



**Diseño de un plan estratégico basado en el Cuadro de Mando Integral para
JATNIEL C.J. S.A.S. en Oiba, Santander**

Design of a Strategic Plan Based on the Balanced Scorecard for JATNIEL C.J.
S.A.S. in Oiba, Santander

Cindy Katherine Martínez López¹

Silvia Milena Gómez Rincón²

Resumen

Este artículo presenta los hallazgos de una investigación enfocada en crear un plan estratégico para la empresa JATNIEL C.J. S.A.S., ubicada en Oiba, Santander. Esta empresa se dedica a la venta de materiales de construcción, la fabricación de tubos y postes de cemento, y el alquiler de maquinaria pesada. Para llevar a cabo la investigación, se utilizó el Cuadro de Mando Integral (CMI) como herramienta metodológica, con el objetivo de alinear las actividades de la organización con su visión estratégica y mejorar su competitividad en un entorno local muy dinámico. Se adoptó un enfoque mixto: cuantitativo, que fue analítico y explicativo con un diseño transversal, y cualitativo, en forma de investigación-acción. La población estudiada incluyó a los cuatro propietarios, seis empleados y ocho clientes fijos de la empresa. Entre los resultados, se identificaron fortalezas como la calidad del servicio al cliente y la puntualidad en las entregas; debilidades como la falta de recursos financieros y la comunicación interna limitada; oportunidades relacionadas con el crecimiento del sector de la construcción en la región; y amenazas vinculadas a la competencia desleal. El plan estratégico elaborado establece objetivos a corto, mediano y largo plazo en las cuatro perspectivas del CMI y propone estrategias para mejorar la gestión organizacional, diversificar el portafolio y adoptar nuevas tecnologías.

¹ Técnica Profesional en Medios Audiovisuales, Comunicadora Social y Periodista. Candidata a Magister en Gerencia de Organizaciones, UNISANGIL. Colombia. cindyk.martinezl@gmail.com

² Profesional en Comercio Exterior, Especialista en Gestión del Talento Humano, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo de la Inteligencia, Magister en Administración; docente investigador UNISANGIL, Colombia, sgomez1@unisangil.edu.co



Palabras claves

Cuadro de Mando Integral, Planeación estratégica, FODA, Objetivos estratégicos.

Abstract

This article presents the findings of a research study focused on developing a strategic plan for the company JATNIEL C.J. S.A.S., located in Oiba, Santander. The company is engaged in the sale of construction materials, the manufacturing of cement pipes and posts, and the rental of heavy machinery. To conduct the study, the Balanced Scorecard (BSC) was employed as a methodological tool, with the purpose of aligning the organization's activities with its strategic vision and enhancing its competitiveness in a highly dynamic local environment. A mixed approach was adopted: a quantitative component, which was analytical and explanatory with a cross-sectional design, and a qualitative component, carried out as action research. The study population included the four owners, six employees, and eight regular clients of the company. The results revealed strengths such as customer service quality and timely deliveries; weaknesses including limited financial resources and restricted internal communication; opportunities related to the growth of the regional construction sector; and threats linked to unfair competition. The strategic plan developed establishes short-, medium-, and long-term objectives across the four BSC perspectives and proposes strategies to improve organizational management, diversify the portfolio, and adopt new technologies.

Keywords

Balanced Scorecard, Strategic Planning, SWOT Analysis, Strategic Objectives.



**Medición del impacto del graduado del programa de Contaduría Pública de
la Corporación Universitaria Remington en Casanare**

Measuring the impact of graduates from the Remington University Corporation's
Public Accounting program in Casanare

Shirley Molina Ortiz¹

Lina Alejandra Bautista Mendivelso²

Resumen

Realizar seguimiento y evaluación permanente a los graduados de una institución de educación superior es de parte de la normativa que establece el Ministerio de Educación Nacional y una condición de calidad de carácter institucional, formular e implementar un programa de egresados que promueva a través de diferentes mecanismos el seguimiento a la actividad profesional desarrollada por los egresados y a su vez logre involucrar la experiencia del egresado en la sociedad. Así las cosas, el problema objeto de este trabajo es determinar ¿Cuál es el impacto del graduado del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Remington en Casanare? Esta investigación permitirá medir el impacto del graduado con el fin de conocer la percepción referente a la formación recibida, la experiencia laboral y estudios realizados luego de obtener el título profesional. El tipo de investigación a realizar es cuantitativo, se realizará en Yopal Casanare, la población corresponde a graduados del programa de Contaduría Pública de Uniremington de los años 2020 al 2023 que corresponde a 84 graduados y 22 empresarios con algún tipo de vínculo institucional. La conclusión es determinar que el impacto de los graduados de una institución puede analizarse desde varias ópticas.

Palabras claves

Graduados, Seguimiento, Impacto, Contaduría Pública, Competencias

¹Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia de Informática, Máster en Administración Empresas MBA, Magíster en Gerencia de Organizaciones.

²Administradora Financiera y de Sistemas. Magister en Administración. lbautista@unisangil.edu.co



Abstract

Conducting ongoing monitoring and evaluation of graduates from a higher education institution is part of the regulations established by the Ministry of National Education and constitutes an institutional quality requirement. It also involves designing and implementing an alumni program that promotes, through different mechanisms, the follow-up of graduates' professional activities while at the same time incorporating their experience into society. In this context, the research problem addressed in this study is: *What is the impact of the graduates of the Public Accounting program at the Corporación Universitaria Remington in Casanare?* This research seeks to measure such impact in order to understand graduates' perceptions regarding the training they received, their work experience, and further studies pursued after obtaining their professional degree. The type of research is quantitative, carried out in Yopal, Casanare, with a population consisting of 84 graduates from Uniremington's Public Accounting program between 2020 and 2023, as well as 22 employers with institutional ties. The conclusion is that the impact of graduates from an institution can be analyzed from multiple perspectives.

Keywords

Graduates, Follow-up, Impact, Public Accounting, Competencies



Diseño de estrategias para la implementación de la política de gestión de la información estadística acorde al Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) de la Administración Municipal.

Design of strategies for implementing the statistical information management policy in accordance with the Integrated Planning and Management Model (MIPG) of the municipal administration.

Diana Carolina Camargo Álvarez¹

Víctor Enrique Chaparro Martínez²

Nohora Corzo Gutiérrez³

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo diseñar estrategias para implementar la política de gestión de la información estadística en la Administración Municipal, conforme a los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), debido a la carencia de un sistema estadístico propio que permita a las dependencias municipales analizar, consolidar y utilizar datos de manera eficiente para la toma de decisiones. La investigación fue de tipo mixto, utilizando métodos cuantitativos y cualitativos, desarrollada en cuatro fases metodológicas centradas en el diagnóstico de la aplicación de la política estadística en el contexto del MIPG y la determinación de su evolución dentro de la administración. Para el diagnóstico se aplicaron encuestas a los 14 líderes de proceso de la Alcaldía, entrevistas semiestructuradas y análisis documental de los informes de gestión y desempeño institucional. Como resultado, se formuló una propuesta de indicadores específicos para áreas clave como planeación estratégica, gestión social, salud, desarrollo económico, infraestructura, movilidad, participación ciudadana, gestión financiera y administrativa, y contratación, con el fin de medir con mayor precisión el avance en el uso de datos. La principal conclusión señala que la ausencia de un sistema estadístico representa una debilidad significativa en la gestión pública, limitando la capacidad de realizar una planeación estratégica efectiva y tomar

¹ Candidata a grado de Maestría en Gerencia de Organizaciones, estudiante, UNISANGIL, Colombia y ccamargo@unisangil.edu.co

² Candidato a grado de Maestría en Gerencia de Organizaciones, estudiante, UNISANGIL, Colombia y vchaparro@unisangil.edu.co

³ Administradora de Empresas. Magister en Economía Solidaria para el desarrollo territorial. ncorzo@unisangil.edu.co



decisiones fundamentadas en datos confiables. La implementación de las estrategias propuestas permitirá fortalecer la política estadística, garantizando información precisa, oportuna y coherente, lo que incrementará la transparencia, mejorará la eficiencia administrativa y elevará el Índice de Desempeño Institucional.

Palabras claves

Política de gestión, modelo integrado de planeación y gestión, Información estadística. Gestión pública, Gestión de la información.

Abstract

The present research aimed to design strategies for implementing the statistical information management policy in the Municipal Administration, in accordance with the guidelines of the Integrated Planning and Management Model (MIPG). This effort was motivated by the absence of a statistical system that would allow municipal departments to analyze, consolidate, and efficiently use data for decision-making. The study followed a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative methods, and was developed in four methodological phases focused on diagnosing the application of the statistical policy within the MIPG context and determining its progress within the administration. For the diagnosis, surveys were conducted with the 14 process leaders of the Mayor's Office, along with semi-structured interviews and documentary analysis of management and institutional performance reports. As a result, a proposal of specific indicators was formulated for key areas such as strategic planning, social management, health, economic development, infrastructure, mobility, citizen participation, financial and administrative management, and contracting, with the aim of more accurately measuring progress in data use. The main conclusion highlights that the absence of a statistical system represents a significant weakness public management, limiting its ability to carry out effective strategic planning and to make decisions based on reliable data. The implementation of the proposed strategies will strengthen the statistical policy, ensuring accurate, timely, and consistent information, thereby increasing transparency, improving administrative efficiency, and enhancing the Institutional Performance Index.

Keywords

Management policy, Integrated Planning and Management Model, Statistical information, Public management, Information management.



Análisis de los sectores económicos que pueden fortalecer el desarrollo empresarial en Yopal

Analysis of economic sectors that can strengthen business development in Yopal

Lázaro Ardila Correa¹

Resumen

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es: “Analizar las características y tendencias de los sectores económicos, para fortalecer el desarrollo de las empresas en Yopal-Casanare, proponiendo tendencias futuras y estrategias que permitan el fortalecimiento empresarial” El municipio de Yopal Casanare luego de más de 20 años de boom petrolero, en el año 2014 ve sus finanzas gravemente afectadas por la caída de los precios del petróleo y la subida del dólar. Con base en lo anterior se hace relevante poder clasificar a través de la investigación la contribución que hacen estos sectores al PIB, e identificar los tres de mayor contribución diferentes al sector de hidrocarburos. De acuerdo a los datos empleados la investigación es de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo). Según el nivel de profundización el enfoque es descriptivo. De acuerdo al tiempo en que se realiza el diseño será de corte transversal. La población objeto de estudio para la presente investigación son las empresas que hacen parte de los sectores productivos de Yopal, dando prioridad a los tres primeros sectores: sector turismo, sector agropecuario, sector comercio. El tipo de muestra es de muestra no probabilística, por conveniencia, utilizando como principal herramienta de recolección de información las entrevistas. Como conclusión principal se identifica que el turismo es un potencial que ha sido visto como la segunda opción de reactivación de la economía del sector de Yopal de tal manera que este sector puede jalonar otros dos sectores económicos muy importantes para la región “agropecuario y comercio”.

¹ Administrador de Empresas, Docente tiempo completo, UNISANGIL, Colombia.
lzardila@unisangil.edu.co



Palabras claves

Turismo. Tejido empresarial. Desarrollo. Agropecuario. Comercial

Abstract

The main objective of this research work is: "To analyze the characteristics and trends of the economic sectors, to strengthen the development of companies in Yopal-Casanare, proposing future trends and strategies that allow business strengthening." The municipality of Yopal Casanare, after more than 20 years of oil boom, saw its finances severely affected in 2014 by the fall in oil prices and the rise of the dollar. Based on the above, it is relevant to classify through research the contribution that these sectors make to the GDP, and to identify the three largest contributors other than the hydrocarbon sector. According to the data used, the research is of a mixed type (quantitative and qualitative). Depending on the level of depth, the approach is descriptive. Depending on the time frame, the design will be cross-sectional. The target population for this research will be the companies that are part of the productive sectors of Yopal, giving priority to the first three sectors: tourism, agriculture, and commerce. The sample type is a non-probability convenience sample, using interviews as the primary data collection tool. The main conclusion is that tourism has been seen as a potential second option for reactivating the Yopal economy. This sector can support two other very important economic sectors for the region: agriculture and commerce.

Keywords

Tourism. Business Network. Development. Agriculture. Trade.



Algoritmos de la originalidad: Análisis del potencial de la inteligencia artificial contra el plagio en la industria de la moda.

Algorithms of originality: Analysis of the potential of artificial intelligence against plagiarism in the fashion industry.

Smith Faizury Torrado Ruiz¹
Ashley Hassiby Hurtado Rincón²

Resumen

En la actualidad, la industria de la moda se enfrenta a uno de sus mayores retos: el plagio de diseños. Esta práctica, entendida como la apropiación indebida de creaciones sin autorización ni reconocimiento, vulnera los derechos de autor y revela debilidades en la regulación del derecho de la moda, especialmente en países como Colombia. Aunque existen marcos normativos internacionales que regulan la propiedad intelectual, como el Convenio de Berna y el Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor, su aplicación resulta limitada frente a la rapidez e innovación que caracterizan a este sector. La falta de un marco regulatorio claro genera un escenario en el que los diseñadores, sobre todo los emergentes, quedan en desventaja al no contar con recursos económicos ni institucionales para registrar y proteger sus obras. A esto se suma la dificultad de diferenciar entre plagio e inspiración, una línea ambigua tanto en lo jurídico como en lo cultural. Frente a esta problemática, la inteligencia artificial surge como una alternativa innovadora. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos visuales y detectar similitudes estructurales incluso imperceptibles para el ojo humano ofrece una oportunidad para reforzar la protección de la creatividad. Este estudio busca analizar el papel de la IA como aliada en la defensa de la propiedad intelectual en la moda, contribuyendo a cerrar la brecha entre innovación creativa y protección legal.

¹ Abogada, estudiante de Comercio y Negocios Internacionales, Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta, Colombia, s_torrado2@unisimon.edu.co

² Estudiante de Comercio y Negocios Internacionales, Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta, Colombia, a_hurtado2@unisimon.edu.co



Palabras claves

Derecho comercial, Inteligencia artificial, Plagio, Propiedad intelectual, Industria de la moda

Abstract

Currently, the fashion industry faces one of its greatest challenges: design plagiarism. This practice, understood as the misappropriation of creations without authorization or recognition, violates copyright and reveals weaknesses in the regulation of copyright applied to fashion, especially in countries such as Colombia. Although there are international regulatory frameworks governing intellectual property, such as the Berne Convention and the WIPO Copyright Treaty, their application is limited in the face of the speed and innovation that characterize this sector. The lack of a clear regulatory framework creates a scenario in which designers, especially emerging ones, are at a disadvantage because they do not have the financial or institutional resources to register and protect their works. Added to this is the difficulty of differentiating between plagiarism and inspiration, an ambiguous line both legally and culturally. In response to this problem, artificial intelligence emerges as an innovative alternative. Its ability to analyze large volumes of visual data and detect structural similarities that are imperceptible to the human eye offers an opportunity to strengthen the protection of creativity. This study seeks to analyze the role of AI as an ally in the defense of intellectual property in fashion, helping to bridge the gap between creative innovation and legal protection.

Keywords

Commercial law, Artificial intelligence, Plagiarism, Intellectual property, Fashion industry



**Impacto de la inteligencia artificial en la gestión del talento humano:
aplicaciones en empresas emergentes de San Gil**

Impact of artificial intelligence on human talent management: applications in
emerging companies of San Gil

Slendy Jakelyn Vera Méndez¹

Dana Alexandra Triana Gómez²

Lizeth Fernanda Arciniegas Pinto³

Resumen

La investigación analizó el impacto de la implementación de la inteligencia artificial en los procesos de selección y reclutamiento de personal, considerando sus ventajas y desventajas, con el fin de proponer un plan estratégico que permita su adopción efectiva en las empresas emergentes del municipio de San Gil. Se identificó la necesidad de adaptar la (GTH) a la era de la inteligencia artificial (IA) y optimizar los procesos de reclutamiento debido a los cambios tecnológicos y la globalización, que exigen mayor eficiencia, reducción de costos y objetividad en la toma de decisiones. Se aplicó un enfoque mixto, mediante revisión documental de estudios previos y encuestas estructuradas dirigidas a responsables de recursos humanos en empresas locales. La información recopilada fue analizada mediante herramientas estadísticas descriptivas. Los resultados evidenciaron que la mayoría de las empresas aún no han implementado herramientas de IA por limitaciones de recursos, desconocimiento y falta de estrategias claras. Sin embargo, aquellas que desean adoptar estas tecnologías reportaron beneficios como agilidad en los procesos de selección, disminución de la rotación laboral. Se concluye que la inteligencia artificial representa una herramienta clave para modernizar la gestión del talento humano en San Gil, siempre que su implementación se realice bajo principios éticos, capacitación adecuada y cumplimiento de normativas de protección de

¹ Estudiante de pregrado en Administración de Empresas, Integrante del semillero de investigación AI+D SEMILLAS, Universidad de Investigación y Desarrollo – UDI, Colombia, Svera4@udi.edu.co

² Estudiante de pregrado en Administración de Empresas, Integrante del semillero de investigación AI+D SEMILLAS, Universidad de Investigación y Desarrollo – UDI, Colombia, dtriana5@udi.edu.co

³ Estudiante de pregrado en Administración de Empresas, Integrante del semillero de investigación AI+D SEMILLAS, Universidad de Investigación y Desarrollo – UDI, Colombia, larciniegas11@udi.edu.co



datos. Actualmente, se encuentra en proceso la formulación de un plan estratégico que oriente la adopción gradual y responsable de la IA en las empresas emergentes, con el fin de fortalecer su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

Palabras claves

Gestión del Talento Humano, Inteligencia Artificial, Reclutamiento, Transformación digital.

Abstract

The research analyzed the impact of implementing artificial intelligence in personnel selection and recruitment processes, considering its advantages and disadvantages, in order to propose a strategic plan that would enable its effective adoption in emerging companies in the municipality of San Gil. The need to adapt GTH to the era of artificial intelligence (AI) and optimize recruitment processes was identified due to technological changes and globalization, which demand greater efficiency, cost reduction, and objectivity in decision-making. A mixed approach was applied, through a documentary review of previous studies and structured surveys aimed at human resources managers in local companies. The information collected was analyzed using descriptive statistical tools. The results showed that most companies have not yet implemented AI tools due to resource constraints, lack of knowledge, and lack of clear strategies. However, those that wish to adopt these technologies reported benefits such as agility in selection processes and reduced employee turnover. It is concluded that artificial intelligence represents a key tool for modernizing human talent management in San Gil, provided that its implementation is carried out under ethical principles, adequate training, and compliance with data protection regulations. Currently, a strategic plan is being formulated to guide the gradual and responsible adoption of AI in emerging companies, with the aim of strengthening their competitiveness and sustainability in the market.

Keywords

Human Talent Management, Artificial Intelligence, Recruitment, Digital Transformation



**Análisis prospectivo de la cadena productiva del sector del cacao del
departamento de norte de Santander (Colombia)**

"Prospective analysis of the cocoa sector production chain in norte de Santander
(Colombia)"

Janeth Lorena Valero Pabón¹

Luz Marina Alarcón Lizcano²

Angélica María Contreras Jáuregui³

Resumen

El propósito de esta investigación es realizar un análisis prospectivo de la cadena productiva del sector cacao en el departamento de Norte de Santander (Colombia), partiendo del problema de reconocer los factores que limitan e impulsan su desarrollo en una región con ventajas comparativas para su fortalecimiento; para ello se recurre a la prospectiva como herramienta de apoyo al desarrollo industrial local, aplicando dos métodos principales: el análisis estructural, que posibilita la identificación de las variables que configuran el sistema y el estudio de sus relaciones de motricidad y dependencia, y el diseño de escenarios, mediante el cual se formulan escenarios probables para el sector a partir de hipótesis combinadas sobre la ocurrencia de las variables clave, definidas en el eje de la estrategia; los participantes del estudio corresponden a los actores vinculados con la cadena productiva del cacao, quienes constituyen los destinatarios de los lineamientos estratégicos resultantes, siendo que los hallazgos permitirán establecer cuáles variables son críticas y constituyen los principales obstáculos para el desarrollo del

¹ Ingeniera Industrial, Universidad de Pamplona. Magíster en Planificación Global, Universidad Pedagógica El Libertador UPEL. Doctora en Ciencias Gerenciales, Universidad Rafael Belloso Chacín URBE. Docente tiempo completo ocasional. Universidad de Pamplona, jlorenavalero@unipamplona.edu.co

² Ingeniera Industrial. Universidad de Pamplona. Especialista en Gerencia de Proyectos, Universidad de Pamplona. Especialista en Salud Ocupacional, Universidad Manuela Beltrán. Magíster en Ingeniería Industrial, Universidad de Pamplona. Docente Hora Cátedra. Universidad de Pamplona. Colombia, luzma@unipamplona.edu.co

³ Ingeniera Industrial. Universitaria de Santander (UDES). Especialista en Control Interno e indicadores de gestión, Universidad de Pamplona. Especialista en Salud Ocupacional, Universidad Manuela Beltrán. Magíster en Gerencia de Empresas, mención Finanzas (Magíster en Administración de Empresas), Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET). Candidata a Doctorado en Investigación y Docencia, Universidad Americana de Europa (UNADE). Docente tiempo completo. Universidad de Pamplona. Colombia, angelicac@unipamplona.edu.co



sector, a la vez que evidenciarán las ventajas comparativas de la región, orientando propuestas que contribuyan a consolidar esta actividad productiva.

Palabras claves

Análisis Estructural, Estrategia, Prospectiva, Sector Cacao, Variables Clave.

Abstract

The purpose of this research is to conduct a prospective analysis of the cocoa sector's production chain in the department of Norte de Santander (Colombia), addressing the problem of identifying the factors that both hinder and promote its development in a region with comparative advantages for its strengthening. To this end, foresight is applied as a tool to support local industrial development, using two main methods: structural analysis, which enables the identification of the variables shaping the system and the study of their driving and dependency relationships, and scenario design, which allows the formulation of probable scenarios for the sector based on combined hypotheses regarding the occurrence of key variables defined within the strategic axis. The participants of the study are the stakeholders involved in the cocoa production chain, who are the recipients of the proposed strategic guidelines. The findings will determine which variables are critical and represent the main obstacles to the sector's development, while also highlighting the region's comparative advantages and providing strategic alternatives to strengthen this productive activity.

Keywords

Structural Analysis, Strategy, Prospective Analysis, Cacao Sector, Key Variables



Planeación estratégica universitaria mediante gestión participativa

University strategic planning through participatory management

Stefano Blanco Mora¹

Mauricio Hernando Lozano Vesga²

Nohora Corzo Gutiérrez³

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un modelo de actualización del direccionamiento estratégico de una institución universitaria colombiana, con el fin de fortalecer la gestión institucional y responder a los retos contemporáneos de la educación superior. El estudio partió de la necesidad de redefinir la promesa de valor institucional, actualizar los Objetivos y Resultados Clave (OKR) y articular la planeación con las tendencias actuales del sector educativo. Se adoptó un enfoque mixto: cuantitativo descriptivo mediante una encuesta semiestructurada aplicada a trece líderes de proceso institucionales, y cualitativo con la realización de un focus group dirigido a la alta dirección universitaria. La triangulación de la información permitió identificar fortalezas, debilidades y oportunidades en el modelo vigente de planeación. Los principales hallazgos muestran que la misión y visión requieren mayor apropiación por parte de la comunidad universitaria, así como una mejor alineación entre proyectos estratégicos y objetivos organizacionales. El modelo propuesto integra los OKR como herramienta flexible y participativa para orientar la toma de decisiones y mejorar el posicionamiento regional de la universidad. En conclusión, la actualización del direccionamiento estratégico constituye un instrumento fundamental para potenciar la competitividad institucional, garantizar la pertinencia académica y consolidar la identidad universitaria en un entorno de cambio constante.

¹ Magister en gerencia de organizaciones, UNISANGIL, Colombia sblanco@unisangil.edu.co

² Maestría en gerencia de organizaciones, UNISANGIL, Colombia mlozano@unisangil.edu.co.

³ Administradora de Empresas. Magister en Economía Solidaria para el desarrollo territorial. ncorzo@unisangil.edu.co



Palabras claves

Direccionamiento estratégico, Promesa de valor, Objetivos y Resultados Clave (OKR), Educación superior, Gestión universitaria.

Abstract

This research aimed to design an updated strategic direction model for a Colombian university institution in order to strengthen institutional management and respond to the contemporary challenges of higher education. The study focused on redefining the institutional value proposition, updating the Objectives and Key Results (OKRs), and aligning strategic planning with current trends in the education sector. A mixed-methods approach was adopted: a descriptive quantitative phase through a semi-structured survey applied to thirteen institutional process leaders, and a qualitative phase with a focus group conducted with senior university management. Data triangulation allowed the identification of strengths, weaknesses, and opportunities in the current planning model. The main findings highlight the need to strengthen the institutional community's appropriation of the mission and vision, as well as the alignment between strategic projects and organizational objectives. The proposed model integrates OKRs as a flexible and participatory tool to guide decision-making and enhance the university's regional positioning. In conclusion, updating the strategic direction constitutes a fundamental instrument to boost institutional competitiveness, ensure academic relevance, and consolidate the identity of the university in a constantly changing environment.

Keywords

Strategic direction, Value proposition, Objectives and Key Results (OKRs), Higher education, University management.



Diseño estratégico de la empresa “Soluciones Ingenger Civil M.G. Construcciones” bajo la metodología del Cuadro de Mando Integral, en el Municipio de San Gil, Santander.

Strategic design of the company "Soluciones Ingenger Civil M.G. Construcciones" using the Balanced Scorecard methodology, in the Municipality of San Gil, Santander

Diana María Acuña Sánchez¹

Diego Alejandro Araque Pelayo²

Julio César Rangel Gutiérrez³

Resumen

La investigación titulada *“Diseño estratégico de la empresa Soluciones Ingenger Civil M.G. Construcciones bajo la metodología del Cuadro de Mando Integral, en el municipio de San Gil, Santander”* tuvo como objetivo formular un plan estratégico que fortaleciera la gestión, competitividad y sostenibilidad de la empresa, caracterizada por su informalidad organizacional y ausencia de planificación estructurada. El estudio planteó como problema la falta de direccionamiento estratégico y formalización legal, limitando su crecimiento en el sector de la construcción. Bajo un enfoque descriptivo y propositivo, con diseño no experimental y transversal, se aplicaron encuestas y entrevistas a 28 participantes entre clientes, empleados, socios y proveedores, complementadas con observación directa y revisión documental. Los resultados evidenciaron altos niveles de satisfacción de los clientes en calidad, cumplimiento y confianza, pero también debilidades en capacitación, publicidad y formalización administrativa. A partir del diagnóstico basado en las cuatro perspectivas del Cuadro de Mando Integral —financiera, clientes, procesos internos, y aprendizaje y crecimiento— se diseñaron objetivos e indicadores de desempeño (KPI) que orientan la gestión empresarial. Se pudo concluir que la aplicación del CMI es una herramienta viable para alinear misión y visión con metas medibles, optimizar recursos y consolidar la competitividad de la organización.

¹Estudiante de Maestría en Gerencia de Organizaciones, UNISANGIL

²Estudiante de Maestría en Gerencia de Organizaciones, UNISANGIL

³ Contador Público, Maestría en Administración de Proyectos. jrangel@unisangil.edu.co



Además, el estudio demuestra que metodologías de alta gerencia como el CMI pueden ser implementadas exitosamente en microempresas regionales del sector construcción, sirviendo como modelo replicable en contextos similares.

Palabras claves

Cuadro de Mando Integral, planificación estratégica, competitividad, microempresa, construcción.

Abstract

The research, titled "Strategic Design of Soluciones Ingener Civil M.G. Construcciones Using the Balanced Scorecard Methodology in the Municipality of San Gil, Santander," aimed to formulate a strategic plan to strengthen the management, competitiveness, and sustainability of the company, characterized by its organizational informality and lack of structured planning. The study identified a lack of strategic direction and legal formalization as a problem, limiting its growth in the construction sector. Using a descriptive and proactive approach, with a non-experimental and cross-sectional design, surveys and interviews were conducted with 28 participants, including clients, employees, partners, and suppliers, complemented by direct observation and document review. The results revealed high levels of customer satisfaction in terms of quality, compliance, and trust, but also weaknesses in training, advertising, and administrative formalization. Based on the diagnosis based on the four perspectives of the Balanced Scorecard—financial, clients, internal processes, and learning and growth—objectives and performance indicators (KPIs) were designed to guide business management. It was concluded that the application of the BSC is a viable tool for aligning mission and vision with measurable goals, optimizing resources, and strengthening the organization's competitiveness. Furthermore, the study demonstrates that top management methodologies such as the BSC can be successfully implemented in regional microenterprises in the construction sector, serving as a replicable model in similar contexts.

Keywords

Balanced Scorecard, strategic planning, competitiveness, microenterprise, construction.



Contabilidad y Finanzas





Impacto de la cooperación académica en la gestión financiera de las universidades públicas colombianas en 2023

Impact of academic cooperation on the financial management of Colombian public universities in 2023

Jaime Barros Valencia¹

Branda Vanessa Molina Medina²

Alma Lorena Rodero Acosta³

Resumen

El artículo tiene como objetivo evaluar el impacto de la cooperación académica en la gestión financiera de las universidades públicas colombianas en 2023. La metodología es cuantitativa por medio de un análisis descriptivo de la cooperación académica y el financiamiento de las universidades públicas. La población de estudio son los líderes de estas oficinas en las universidades públicas, seleccionados por su rol crucial en la gestión y dirección de la cooperación e internacionalización. Los resultados principales indican que la estabilidad económica de las universidades públicas influye en su capacidad de internacionalización y cooperación académica. Aunque esta estrategia mejora la reputación y diversifica los ingresos, su impacto financiero varía según la gestión de recursos y el acceso a financiamiento externo. Las universidades con alta liquidez y bajo endeudamiento pueden financiar programas de movilidad sin comprometer su estabilidad, mientras que aquellas con altos niveles de deuda enfrentan riesgos que limitan su expansión internacional. Además, no todas las instituciones con amplia cooperación internacional gozan de estabilidad financiera, por lo que se recomienda implementar políticas de gestión de riesgos, diversificar fuentes de financiamiento y optimizar el uso de recursos.

Palabras claves

Internacionalización; cooperación académica, universidades publica; presupuesto; movilidad.

¹ Facultad de Ciencias Económicas Universidad del Atlántico Puerto Colombia. Atlántico-Colombia jaimebarros@mail.uniatlantico.edu.co <https://orcid.org/0009-0007-7814-8127>

² Facultad de Ciencias Económicas Universidad del Atlántico Puerto Colombia. Atlántico-Colombia brandamolina@mail.uniatlantico.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-8624-8095>

³ Facultad de Ciencias Económicas Universidad del Atlántico almarodero@mail.uniatlantico.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-3512-5132>



Abstract

This article aims to evaluate the impact of academic cooperation on the financial management of Colombian public universities in 2023. The methodology is quantitative, using a descriptive analysis of academic cooperation and funding at public universities. The study population consists of the leaders of these offices at public universities, selected for their crucial role in the management and direction of cooperation and internationalization. The main results indicate that the economic stability of public universities influences their capacity for internationalization and academic cooperation. Although this strategy improves reputation and diversifies revenue, its financial impact varies depending on resource management and access to external financing. Universities with high liquidity and low debt can finance mobility programs without compromising their stability, while those with high debt levels face risks that limit their international expansion. Furthermore, not all institutions with extensive international cooperation enjoy financial stability, so it is recommended to implement risk management policies, diversify funding sources, and optimize the use of resources.

Keywords

Internationalization; academic cooperation, public universities; budget; mobility.



**Análisis y optimización de los costos de producción en pequeñas unidades
lecheras en Tabio, Cundinamarca**

Analysis and optimization of production costs in small dairy units in Tabio,
Cundinamarca

Carlos Alberto Caro Soto¹

Michel Darley Álvarez Peña²

Juan Alexander Rodríguez³

Resumen

Este trabajo analiza los costos de producción en las pequeñas unidades lecheras del municipio de Tabio, Cundinamarca. La investigación parte de la necesidad de que los productores comprendan cómo se configuran sus gastos y qué estrategias pueden aplicar para optimizarlos. La metodología es cuantitativa, de tipo descriptivo y analítico, utilizando encuestas aplicadas en campo para recolectar información primaria sobre los costos fijos, variables y las prácticas de manejo productivo. Los resultados preliminares muestran que los costos de alimentación representan el rubro más alto, seguidos por la mano de obra y el mantenimiento de pasturas. El costo promedio de producción se sitúa en torno a los 980 COP por litro, aunque con una alta variabilidad entre productores. Se concluye que la ausencia de registros contables dificulta la toma de decisiones y que es necesario implementar herramientas sencillas de contabilidad agropecuaria, optimizar el manejo de pasturas y reducir la dependencia de concentrados. El estudio aporta a la economía local de Tabio, al fortalecimiento de la sostenibilidad rural y al campo académico de la contabilidad agropecuaria.

Palabras clave

Costos de producción, contabilidad agropecuaria, eficiencia, sostenibilidad, lechería.

Abstract

¹ Estudiante del programa de Contaduría Pública de la Universidad de Cundinamarca – Sede Chía

² Estudiante del programa de Contaduría Pública de la Universidad de Cundinamarca – Sede Chía

³ Estudiante del programa de Contaduría Pública de la Universidad de Cundinamarca – Sede Chía



This paper analyzes production costs in small dairy farms in the municipality of Tabio, Cundinamarca. The research stems from the need for producers to understand how their expenses are structured and what strategies they can apply to optimize them. The methodology is quantitative, descriptive, and analytical, using field surveys to collect primary information on fixed and variable costs and production management practices. Preliminary results show that feed costs represent the highest expense, followed by labor and pasture maintenance. The average production cost is around 980 COP per liter, although with high variability among producers. It is concluded that the lack of accounting records hinders decision-making and that it is necessary to implement simple agricultural accounting tools, optimize pasture management, and reduce dependence on concentrates. The study contributes to the local economy of Tabio, the strengthening of rural sustainability, and the academic field of agricultural accounting.

Keywords

Production costs, agricultural accounting, efficiency, sustainability, dairy farming.



**Estudio comparativo de los currículos de ética en la Contaduría Pública:
perspectivas de Colombia y México**

Comparative study of ethics curricula in Public Accounting: perspectives from
Colombia and Mexico

Sandra Marcela Espitia González¹

Marcela Rocha López²

Resumen

Este estudio tiene como objetivo comparar los currículos o planes de curso de la asignatura Ética Profesional en programas de Contaduría Pública de cuatro instituciones de educación superior: la Universidad Autónoma de Fresnillo (UAF) y la Universidad Tecnológica del Norte de Aguascalientes (UTNA) en México, frente a UNICIENCIA y las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) en Colombia. El propósito es identificar similitudes, diferencias y brechas en la formación ética del contador público, en relación con los marcos normativos, enfoques pedagógicos y competencias esperadas. El problema central radica en la ausencia de un enfoque unificado para la enseñanza de la ética contable en Latinoamérica. Las diferencias detectadas entre países generan diferencias en la preparación profesional, especialmente frente a los desafíos éticos del ejercicio laboral, la lucha contra la corrupción y el cumplimiento de estándares internacionales como los del IFAC. La metodología utilizada fue enfoque cualitativo comparativo, el diseño de la investigación es no experimental, el tipo de investigación es descriptiva y análisis documental. Se examinó el contenido temático, las estrategias metodológicas, los criterios de evaluación y la vinculación con el entorno normativo-profesional en cada programa. Los resultados muestran que Colombia presenta un enfoque organizado, normativo y aplicado, con fuerte énfasis en leyes, códigos internacionales y análisis de casos reales. México, en cambio, centra su formación en valores, filosofía ética y competencias actitudinales, con menor integración normativa. Se concluye que es necesario fortalecer la articulación entre teoría ética y práctica

¹ Magister en gestión de la tecnología educativa, especialista en revisoría fiscal y auditoría externa docente investigadora de UNICIENCIA smespitiagonzalez@unicienciabga

² Doctorado en derecho, abogada docente investigadora de Universidad Nacional de fresnillo y de la UTNA marcela.rocha@utna.edu.mx



profesional en ambos contextos, promoviendo una formación ética crítica, contextualizada y regulada.

Palabras claves

Ética, principios, regulación, comparativo, planes de curso

Abstract

This study aims to compare the curricula or course plans for the Professional Ethics course in Public Accounting programs at four higher education institutions: the Autonomous University of Fresnillo (UAF) and the Technological University of Northern Aguascalientes (UTNA) in Mexico, and UNICIENCIA and the Technological Units of Santander (UTS) in Colombia. The purpose is to identify similarities, differences, and gaps in the ethical training of public accountants, in relation to regulatory frameworks, pedagogical approaches, and expected competencies. The central problem lies in the lack of a unified approach to teaching accounting ethics in Latin America. The differences observed between countries lead to disparities in professional preparation, particularly regarding ethical challenges in professional practice, the fight against corruption, and compliance with international standards such as those of the IFAC. The methodology used was a comparative qualitative approach; the research design was non-experimental, and the type of research was descriptive and based on document analysis. The thematic content, methodological strategies, evaluation criteria, and the link to the regulatory and professional environment were examined in each program. The results show that Colombia presents an organized, normative, and applied approach, with a strong emphasis on laws, international codes, and real-life case studies. Mexico, on the other hand, focuses its training on values, ethical philosophy, and attitudinal competencies, with less emphasis on regulatory integration. It is concluded that it is necessary to strengthen the link between ethical theory and professional practice in both contexts, promoting a critical, contextualized, and regulated ethical education.

Keywords

Ethics, principles, regulation, comparative analysis, course plans



Desarrollo Local





**Análisis de políticas públicas efectivas en el acceso y la disponibilidad de alimentos
para la población. Seguridad alimentaria**

Analysis of effective public policies on access to and availability of food for the
population. Food security¹.

Yoana Patricia Bermúdez González²

Leonardo Caraballo³

Resumen

Esta ponencia analiza las políticas públicas efectivas en el acceso y disponibilidad de alimentos a la población colombiana. La evidencia empírica demuestra que el fenómeno de inseguridad alimentaria se presenta en todas las regiones. Aunque el programa ONU muestra en el informe 2024 una reducción mínima del 5% en la inseguridad alimentaria, con un número de 13 millones de personas que no cuentan con acceso suficiente y de calidad a la comida, con respecto al 2023 de 15 millones de personas. (Naciones Unidas, 2024). Se efectuará un análisis cualitativo de los elementos que inciden en las políticas en la seguridad alimentaria. No obstante, es importante conocer las políticas públicas efectivas, el análisis y planteamiento de las mismas que impulsen el desarrollo, generar conocimiento y presentar los aportes desde el sector público y privado dado que potencia el sector agroalimentario a nivel nacional.

Palabras claves

Seguridad Alimentaria, Políticas Públicas, Inseguridad Alimentaria, Crisis alimentaria, Consumo.

Abstract

¹ Proyecto de Investigación FODEIN. Desarrollar la Hoja de Balance de Alimentos (HBA) actualizada para Colombia (2013 al 2023) que permita evaluar de manera integral la situación de la seguridad alimentaria en el país, facilitando la identificación de brechas y la formulación de políticas públicas efectivas para mejorar el acceso y la disponibilidad de alimentos nutritivos para toda la población.

² Doctora en Economía. Docente Investigador. Universidad Santo Tomás Bucaramanga
Yoana.bermudez@ustabuca.edu.co

³ Leonardo Caraballo. Doctor en Educación. Docente Investigador. Universidad Santo Tomás Bucaramanga
leonardo.caraballo@ustabuca.edu.co



This paper analyzes effective public policies in the access and availability of food to the Colombian population. Empirical evidence shows that the phenomenon of food insecurity occurs in all regions. Although the UN program shows in the 2024 report a minimum reduction of 5% in food insecurity, with a number of 13 million people who do not have sufficient and quality access to food, compared to 2023 of 15 million people. (United Nations, 2024). However, it is important to know the effective public policies, the analysis and approach of them that promote development, generate knowledge and present the contributions from the public and private sectors given what strengthens the agri-food sector at the national level.

Keywords

Food security, public policies, food insecurity, food crisis, consumption.



**Aplicación del marketing digital en MiPymes de confecciones, Bucaramanga,
Colombia**

Application of digital marketing in micro, small, and medium-sized apparel
businesses, Bucaramanga, Colombia

Myriam Mercedes Cala Amaya¹

Sergio Iván Picón Peralta²

Rosa Edilia Toloza Suárez³

Resumen

La investigación se direcciona a proponer estrategias de marketing digital para MiPymes dedicadas a la confección, localizadas en un barrio de clase media en Bucaramanga, mediante un análisis DOFA, que contribuyan a la fidelización de los clientes y la competitividad en el mercado. Se analizan las tendencias de manejo del marketing digital a partir de la revisión de fuentes primarias y secundarias mediante el análisis bibliométrico, que muestra como las preferencias tanto de usuarios como de oferentes, se relacionan con las estrategias inbound en marketing digital. Seguido, se establecen las condiciones de operación en MiPymes sujeto de análisis respecto de recursos tecnológicos y de incorporación en las propuestas de marketing, con la herramienta de matriz DOFA, mediante el cuestionario aplicado en un análisis de percepción a directivos y propietarios, clientes potenciales, competidores y empleados de la muestra voluntaria de empresas, que evidencia aspectos como el manejo y seguridad del entorno digital y sus prácticas frente a los negocios virtuales como las preocupaciones de los usuarios al hacer negocios virtuales, baja capacidad de gestión de redes con fines comerciales por oferentes y medio uso de redes para compras de calzado y confecciones. Al final se diseña propuesta estratégica de marketing digital desde la consideración que la percepción de compradores y vendedores frente al negocio en línea en estas empresas es baja, alta desconfianza por calidad de productos, inseguridad en manejo de datos,

¹ Magister, docente tiempo completo e investigador, Unidades Tecnológicas de Santander, Colombia, mi.cala@correo.uts.edu.co

² Magister, docente tiempo completo e investigador, Unidades Tecnológicas de Santander, Colombia, sipicon@correo.uts.edu.co

³ Magister, docente tiempo completo e investigador, Unidades Tecnológicas de Santander, Colombia, retoloza@correo.uts.edu.co



mínimo conocimiento de empleados en herramientas digitales. Se tiene internet y equipos que sirven de soporte.

Palabras claves

Marketing digital; Competitividad; Estrategias Inbound; Sector confecciones; Estrategias de fidelización.

Abstract

The research is aimed at proposing digital marketing strategies for MSMEs dedicated to clothing, located in a middle-class neighborhood in Bucaramanga, through SWOT analysis, which contributes to customer loyalty and competitiveness in the market. It begins by analyzing the trends of digital marketing management from the review of primary and secondary sources through bibliometric analysis, which shows how the preferences of both users and suppliers are related to inbound strategies in digital marketing. Next, the operating conditions in MSMEs subject of analysis regarding technological resources and their incorporation in the marketing proposals are established, with the tool of SWOT matrix, through the questionnaire applied in a perception analysis to managers and owners, potential customers, The questionnaire was applied in a perception analysis to managers and owners, potential customers, competitors and employees of the voluntary sample of companies, which shows aspects such as the management and security of the digital environment and their practices with respect to virtual business, such as the concerns of users when doing virtual business, low capacity to manage networks for commercial purposes by suppliers and medium use of networks for purchases of footwear and clothing. At the end, a digital marketing strategic proposal is designed, from the consideration that the perception of buyers and sellers regarding the online business in these companies is low, high distrust for product quality, insecurity in data management, minimal knowledge of employees in digital tools. There is internet and equipment that serve as support.

Keywords

Digital marketing, Competitiveness; Inbound strategies; Apparel sector; Loyalty strategies.



**Calidad de vida e inteligencia de negocios: un modelo estratégico para
ciudades intermedias**

**Quality of Life and Business Intelligence: A Strategic Model for Intermediate
Cities**

Javier Diaz Castro¹

Harrison Jaime Parra Hernández²

Natali Gómez Scarpeta³

Jhon Alexander Riveros Castañeda⁴

Resumen

Las ciudades intermedias cumplen un papel estratégico en el desarrollo socioeconómico de América Latina, al concentrar dinámicas urbanas complejas sin contar con la infraestructura de las grandes metrópolis. Sin embargo, en estos contextos persiste una desconexión entre la percepción de calidad de vida de los ciudadanos y las decisiones estratégicas que toman las empresas locales, lo que limita su competitividad y sostenibilidad. Este estudio explora la correlación entre calidad de vida e inteligencia de negocios en ciudades intermedias. Sostenemos que el bienestar ciudadano no es solo consecuencia del desarrollo, sino un insumo estratégico que puede y debe orientar las decisiones empresariales. La investigación adopta un enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, mediante la aplicación de dos encuestas: una a hogares, para construir un Índice de Percepción de Calidad de Vida (PCV), y otra a empresas, destinada a elaborar un Índice de Inteligencia de Negocios para la Toma de Decisiones Estratégicas (INTDE). Posteriormente, se implementarán técnicas de análisis estadístico como el coeficiente de Pearson y la regresión múltiple para identificar el grado de asociación y las dimensiones de mayor influencia. Como conclusión, se proyecta un modelo que permite comprender el carácter bidireccional de esta relación, planteando que ciudades con mejor calidad de vida favorecen la adopción de BI, mientras que organizaciones con prácticas avanzadas

¹ PhD economía y gestión empresarial, Decano FCE Universidad de Los Llanos, Colombia. jdiaz@unillanos.edu.co

² Mag. Alta Dirección, Docente Universidad de Los Llanos, Colombia. harrison.parra@unillanos.edu.co

³ Mag. Alta Dirección, Docente Universidad de Los Llanos, Colombia. natali.gomez@unillanos.edu.co

⁴ Mag. Inteligencia de Negocios. Docente Universidad de Los Llanos, Colombia. jhon.riveros@unillanos.edu.co



en BI contribuyen al bienestar ciudadano, generando un círculo virtuoso de desarrollo local sostenible.

Palabras claves

Ciudades intermedias, Calidad de vida urbana, Estrategia territorial, Inteligencia de negocios, Desarrollo sostenible.

Abstract

Intermediate cities play a strategic role in the socioeconomic development of Latin America, as they concentrate complex urban dynamics without having the infrastructure of large metropolises. However, in these contexts, a disconnection persists between the citizens' perception of quality of life and the strategic decisions made by local companies, which limits their competitiveness and sustainability. This study explores the correlation between quality of life and business intelligence in intermediate cities. We argue that citizen well-being is not just a consequence of development, but a strategic input that can and should guide business decisions. The research adopts a quantitative and correlational approach, through the application of two surveys: one to households, to build a Perceived Quality of Life Index (PCV), and another to companies, aimed at developing a Business Intelligence Index for Strategic Decision-Making (INTDE). Subsequently, statistical analysis techniques such as the Pearson coefficient and multiple regression will be implemented to identify the degree of association and the dimensions with the greatest influence. As a conclusion, a model is projected that allows for the understanding of the bidirectional nature of this relationship, positing that cities with a better quality of life favor the adoption of BI, while organizations with advanced BI practices contribute to citizen well-being, generating a virtuous circle of sustainable local development.

Keywords

Intermediate cities, Urban quality of life, Territorial strategy, Business intelligence, Sustainable development.



Economía circular y sostenibilidad urbana: gestión innovadora de residuos de construcción y demolición (RCD) en Armenia – Quindío.

Circular economy and urban sustainability: innovative management of construction and demolition waste (CDW) in Armenia – Quindío.

Cindey Bermúdez Agudelo¹

Lorena Villegas Muñoz²

Adriana María Flórez Laiseca³

Resumen

La investigación analiza cómo las estrategias de economía circular contribuyen a una urbanización sostenible en Armenia, Quindío, frente al incremento de residuos de construcción y demolición (RCD) producto de la expansión inmobiliaria 2012–2024, lo anterior enmarcado en las metas globales del ODS 11 de Naciones Unidas. Se aplicó una metodología exploratoria y cuantitativa, mediante encuestas a empresas constructoras, y la validación del instrumento mediante una prueba piloto, para identificar prácticas, niveles de conocimiento y adopción de estrategias circulares. Los resultados muestran avances en reciclaje y manejo de RCD (80%), pero una baja aplicación de técnicas avanzadas como deconstrucción o valorización energética. Se evidencian vacíos en políticas públicas y limitaciones financieras que restringen la transición hacia modelos sostenibles. Se propone un enfoque aplicado de economía circular articulado con las políticas locales y los ODS 11 y 12, que promueva incentivos, alianzas y gestión eficiente de residuos para el desarrollo urbano sostenible.

Palabras claves

Expansión urbana, Economía circular, Construcción sostenible, RCD, Gestión de residuos.

¹ Economista, Maestría en Ciencias Sociales. Docente Investigador. Universidad del Quindío – Programa de Economía. Colombia. cbermudeza@uniquindio.edu.co

² Economista, MBA énfasis Sistemas Integrados de Gestión y Medio Ambiente. Docente Investigador. Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt – Facultad de Ingeniería y Ciencias Básicas. Colombia. lvillegas247@cue.edu.co

³ Economista, Maestría en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. Docente Investigador. Universidad del Quindío – Programa de Economía. Colombia. amflorez@uniquindio.edu.co



Abstract

This research analyzes how circular economy strategies contribute to sustainable urbanization in Armenia, Quindío, in response to the increasing generation of construction and demolition waste (CDW) derived from urban expansion between 2012 and 2024, framed within the global goals of SDG 11 of the United Nations. An exploratory and quantitative methodology was applied through surveys conducted with construction companies to identify practices, levels of knowledge, and the adoption of circular economy strategies, and the validation of the instrument through a pilot test. The results reveal progress in recycling and CDW management (80%) but a limited application of advanced techniques such as deconstruction and energy recovery. Gaps in public policy implementation and financial constraints hinder a full transition toward sustainable construction models. The study proposes an applied circular economy approach aligned with local public policies and the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) 11 and 12, promoting incentives, partnerships, and efficient waste management as key drivers for sustainable urban development in Armenia.

Keywords

Urban expansion, Circular economy, Sustainable construction, RCD (demolition and construction waste), Waste management.



Economía Solidaria





Caracterización de las Organizaciones Solidarias activas de la Provincia

Comunera y la provincia de Vélez- Santander

Characterization of the active Solidarity Organizations of the Comunera Province and the province of Vélez-Santander

Nohora Corzo Gutiérrez¹

Uriel Sarmiento Blanco²

Resumen

Esta investigación está basada en la caracterización de las entidades de economía social y solidaria en el territorio, teniendo presente a los colaboradores como motor impulsor del desarrollo social y económico de la región. El propósito es la caracterización de las Organizaciones Solidarias (O.S), realizar un mapeo y finalmente, describir algunas experiencias significativas presentes en las provincias de Vélez y Comunera. La metodología usada se tomó un enfoque Cuantitativo de tipo descriptivo y de corte transversal, y con un enfoque cualitativo con tipo de diseño etnográfico, las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la entrevista y el instrumento el cuestionario dirigidas a los Gerentes de las (O.S). Dentro de los hallazgos se tiene: En la provincia de Vélez y Comunera, los gerentes, asociados de las organizaciones solidarias y la comunidad en general perciben el modelo cooperativo como un modelo de desarrollo socioeconómico y participativo, que impulsa a las personas a construir una cultura solidaria en pro al mejoramiento de la calidad de vida y a la transformación de los territorios. Por otra parte, el mapeamiento realizada permite identificar, caracterizar y principalmente visibilizar las empresas de economía solidaria, generando la posibilidad de crear oportunidades de contar experiencias, de hacer alianzas estratégicas y poder trabajar en redes. Y finalmente, las experiencias significativas encontradas dan fe de que las acciones solidarias, la ayuda

¹Doctorado en Educación. Directora, Programa de Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria y Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Fundación Universitaria de San Gil-UNISANGIL, San Gil, Colombia. Correo electrónico: ncorzo@unisangil.edu.co

² Magister en Economía Solidaria para el Desarrollo Territorial. Docente, Programa de Tecnología en Gestión de Empresas de Economía Solidaria, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Fundación Universitaria de San Gil-UNISANGIL, San Gil, Colombia. Correo electrónico: usarmiento@unisangil.edu.co



mutua, la asociatividad, la colaboración y el trabajo colectivo traen grandes beneficios y aportan al desarrollo y fortalecimiento del territorio solidario.

Palabras claves

Caracterización, Organizaciones solidarias, asociaciones, mapeamiento, desarrollo social.

Abstract

This research is based on the characterization of Social and Solidarity Economy Entities in the region, considering employees as the driving force behind the region's social and economic development. The purpose is to characterize Solidarity Organizations (S.O.s), conduct a mapping, and finally, describe some significant experiences in the provinces of Vélez and Comunera. The methodology used was a quantitative, descriptive, cross-sectional approach, and a qualitative approach with an ethnographic design. The techniques used were surveys and interviews, and the instrument was a questionnaire addressed to the managers of the (O.S). Among the findings are: In the province of Vélez and Comunera, managers, associates of solidarity organizations and the community in general perceive the cooperative model as a model of socioeconomic and participatory development, which encourages people to build a culture of solidarity in favor of improving the quality of life and transforming the territories. Furthermore, the mapping conducted allows for the identification, characterization, and, above all, visibility of solidarity economy enterprises, generating opportunities to share experiences, forge strategic alliances, and network. Finally, the significant experiences identified attest to the fact that solidarity actions, mutual aid, partnerships, collaboration, and collective work bring significant benefits and contribute to the development and strengthening of the solidarity-based territory.

Keywords

Characterization, solidarity organizations, associations, mapping, social development.



**Estrategias de financiamiento para el desarrollo económico del sector cafetero en
El Socorro, Santander**

Financing strategies for the economic development of the coffee Sector in El Socorro,
Santander

Wilmar Mauricio Castañeda García¹

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo proponer alternativas de apalancamiento financiero diseñadas para mejorar el acceso y la gestión de recursos económicos, contribuyendo así a la competitividad del sector caficultor en el municipio de El Socorro, Santander. La investigación trató el problema de las barreras económicas y administrativas que limitan a los productores, una situación agravada por una escasa participación en programas de educación financiera. Para abordar esta problemática, se implementó un enfoque mixto con un diseño no experimental y de corte transversal, aplicando encuestas a una muestra de 237 caficultores para evaluar sus condiciones socioeconómicas y prácticas de financiamiento, además, de una revisión documental; asimismo, se tuvo como objetivos específicos la Caracterización Socioeconómica y Prácticas de Apalancamiento, se estableció el contexto conceptual y aspectos normativos relacionados al financiamiento, y propusieron lineamientos estratégicos. Los hallazgos destacan el rol central de las cooperativas de ahorro y crédito como principal fuente de capital, aunque también evidencian una significativa brecha en materia de conocimiento financiero. Con base en este diagnóstico, se concluye con la formulación de cinco lineamientos estratégicos dirigidos a fortalecer las cooperativas, diseñar programas de alfabetización financiera, mejorar la comunicación sobre la oferta crediticia, optimizar el marco regulatorio y fomentar la innovación, con el fin de construir un entorno que promueva el desarrollo económico sostenible e inclusivo para el sector.

¹ Contador Público. Candidato a la maestría en Ciencias Económicas, Estudiante de maestría en la Universidad de Pamplona, Colombia Correo: wilmar.castanedawil@unipamplona.edu.co



Palabras claves

Apalancamiento financiero, Caficultores, Sostenibilidad, Competitividad, Financiamiento agrícola.

Abstract

The objective of this study is to propose financial leverage alternatives designed to improve access to and management of economic resources, thereby contributing to the competitiveness of the coffee sector in the municipality of El Socorro, Santander. The research addressed the problem of economic and administrative barriers that limit producers, a situation aggravated by low participation in financial education programs. To address this issue, a mixed approach with a non-experimental, cross-sectional design was implemented, applying surveys to a sample of 237 coffee growers to assess their socioeconomic conditions and financing practices, in addition to a documentary review. Specific objectives included socioeconomic characterization and leverage practices, establishing the conceptual context and regulatory aspects related to financing, and proposing strategic guidelines. The findings highlight the central role of savings and credit cooperatives as the main source of capital, although they also reveal a significant gap in financial knowledge. Based on this diagnosis, five strategic guidelines were formulated aimed at strengthening cooperatives, designing financial literacy programs, improving communication about credit offerings, optimizing the regulatory framework, and fostering innovation, with the goal of building an environment that promotes sustainable and inclusive economic development for the sector.

Keywords

Financial leverage, Coffee growers, Sustainability, Competitiveness, Agricultural financing.



Educación





Gamificación en la formación empresarial: un plan de formación para mejorar habilidades estratégicas

Gamification in corporate training: a training plan to improve strategic skills

Álvaro Vladimir Gutiérrez Fernández¹

Resumen

La gamificación es una estrategia basada en juegos que puede ser utilizada en varios contextos, en el sector empresarial podría ser una metodología eficaz para contribuir a la formación de empresarios y emprendedores de la estrategia RUTA F de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. El objetivo de este estudio fue diseñar un plan de formación basado en gamificación que permitiera mejorar habilidades empresariales estratégicas en empresarios y emprendedores de la estrategia Ruta F de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Se desarrolló una investigación mixta concurrente con predominancia cuantitativa, involucrando a 59 empresarios y emprendedores del área metropolitana de Bucaramanga, se realizará un muestreo por conveniencia. Con este estudio se encontró que mediante el uso de metodologías gamificadas, se puede generar un alto impacto educativo en los empresarios y emprendedores participantes.

Palabras claves

Gamificación, habilidades estratégicas empresariales, formación, empresarios, emprendedores.

Abstract

Gamification is a game-based strategy that can be used in various contexts; in the business sector, it could be an effective methodology to contribute to the training of businesspeople and entrepreneurs of the RUTA F strategy from the Bucaramanga Chamber of Commerce. The objective of this study was to design a training plan based on gamification that would improve strategic business skills in businesspeople and entrepreneurs of the Ruta F strategy from the Bucaramanga Chamber of Commerce.

¹ Magister en Gestión de la Educación, Docente tiempo completo Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos UNAB, agutierrez372@unab.edu.co



Concurrent mixed-methods research with quantitative predominance was developed, involving 59 businesspeople and entrepreneurs from the Bucaramanga metropolitan area; a convenience sampling will be carried out. This study found that through the use of gamified methodologies, a high educational impact can be generated among the participating businesspeople and entrepreneurs.

Keywords

Gamification, strategic business skills, training, businesspeople, entrepreneurs



Innovación en el modelo educativo emprendedor del programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña

Innovation in the entrepreneurial educational model of the Business Administration program at the Francisco de Paula Santander University, Ocaña Branch

Adriana Mosquera Carrascal¹

Damarys Vergel Quintero²

Ramón Armando Bayona Trillos³

Resumen

La Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña aporta al desarrollo socioeconómico de la región y el país formando profesionales empresarios o intraempresarios que generen empleo y mejoren la calidad de vida de los individuos de su entorno. Por lo tanto, el propósito de este documento fue presentar la estrategia pedagógica del programa de Administración de Empresas, denominada Plan Formador de Competencias Empresariales, la cual pretende generar en los estudiantes mejores habilidades técnicas y sociales relacionadas con el emprendimiento. La metodología que se utilizó es cuantitativa de tipo descriptiva mediante la aplicación de una encuesta a estudiantes y docentes de este programa académico. Se hallaron dos resultados: primero, el diagnóstico que permitió identificar la necesidad de la estrategia y sus características; segundo, se estructuró el plan formador, mediante la identificación de seis etapas, como son: motivacional, diagnóstica, visionaria, crítica, administrativa y económica, y desafío profesional. Se concluyó que las estrategias pedagógicas como el Plan Formador de Competencias Empresariales permiten fortalecer la formación en emprendimiento de los futuros profesionales al interior de las instituciones de educación superior, buscando que

¹ Magíster en Administración de Organizaciones, Profesora de tiempo completo planta de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia, correo: amosquerac@ufpso.edu.co

² Magíster en Administración, Profesora de tiempo completo ocasional de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia, correo: dvergelq@ufpso.edu.co

³ Magíster en Administración, Profesor de tiempo completo planta de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia, correo: rabayonat@ufpso.edu.co



se desempeñen en el mundo empresarial con una mentalidad innovadora que transformen la realidad de su entorno al contribuir con el desarrollo socioempresarial.

Palabras claves

Competencias empresariales, emprendimiento, estrategia pedagógica, innovación, plan formador.

Abstract

Francisco de Paula Santander University, Ocaña Campus, contributes to the socioeconomic development of the region and the country by training professionals to become entrepreneurs or intrapreneurs who generate employment and improve the quality of life of individuals in their communities. Therefore, the purpose of this presentation is to introduce the pedagogical strategy of the Business Administration program, known as the Entrepreneurial Competency Training Plan. This strategy aims to develop stronger technical and social skills related to entrepreneurship among students. The methodology used is quantitative and descriptive, based on the application of a survey to students and faculty members of this academic program. Two key results were identified: first, a diagnosis that revealed the need for the strategy and its defining characteristics; second, the training plan was structured through the identification of six stages: motivational, diagnostic, visionary, critical, administrative and economic, and professional challenge. It is concluded that pedagogical strategies such as the Entrepreneurial Competency Training Plan strengthen entrepreneurial education for future professionals within higher education institutions, aiming to prepare them for the business world with an innovative mindset capable of transforming their environment by contributing to socio-business development.

Keywords

Entrepreneurial competencies, entrepreneurship, pedagogical strategy, innovation, training plan.



**Análisis piloto de competencias blandas en los jóvenes universitarios de la
FCEA de UNISANGIL sede San Gil**

Pilot analysis of soft skills in young university students of the FCEA of
UNISANGIL, San Gil campus

María Teresa Cala Díaz¹

Nury Yaidy Parrales Martínez²

Resumen

Este estudio tiene por objetivo determinar el nivel de desarrollo de las capacidades en innovación, emprendimiento y cultura solidaria en estudiantes de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FCEA) de la Fundación Universitaria de San Gil (UNISANGIL), sede San Gil. Se aplicó un cuestionario estructurado tipo Likert a una muestra piloto de 12 estudiantes, seleccionados mediante muestreo aleatorio simple. El diseño fue cuantitativo, descriptivo-exploratorio. Su análisis incluyó estadística descriptiva, los análisis cruzados para identificar relaciones entre variables sociodemográficas y niveles de capacidad. Los hallazgos principales indican fortalezas en la disposición hacia la cultura solidaria y la participación social colectiva, con alta proporción de respuestas positivas en ítems relacionados con cooperación, solidaridad y valoración del bien común. Simultáneamente, se identifican áreas parciales de mejora en la consolidación práctica de proyectos emprendedores e innovadores, especialmente en aspectos como acceso a recursos, acompañamiento institucional y experiencia práctica en gestión de proyectos. A partir de los resultados parciales se concluye que la formación universitaria debe articular con más intensidad espacios curriculares y extracurriculares (aprendizaje experiencial, incubadoras, laboratorios de innovación y convenios con actores locales) que fortalezcan competencias para la innovación social y el emprendimiento sostenible, en coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se proponen recomendaciones dirigidas a la Facultad

¹ Mg. En Educación de Entornos Virtuales de Aprendizaje, UNISANGIL, Docente tiempo completo; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4746-4713>

² Mg. En Administración de Empresas con Énfasis en Finanzas Corporativas, UNISANGIL, Docente tiempo completo; <https://orcid.org/0000-0002-1675-1365>



para incorporar estrategias formativas y de acompañamiento que potencien la aplicabilidad de ideas y la transformación local.

Palabras claves

Innovación; Emprendimiento; Cultura Solidaria; Capacidades; Educación Superior; Jóvenes Universitarios.

Abstract

This study aims to determine the level of capacity development in innovation, entrepreneurship, and a culture of solidarity among undergraduate students at the Faculty of Economics and Administration (FCEA) of the San Gil University Foundation (UNISANGIL), San Gil campus. A structured Likert-type questionnaire was administered to a pilot sample of 12 students selected through simple random sampling. The design was quantitative, descriptive-exploratory. The analysis included descriptive statistics and cross-analysis to identify relationships between sociodemographic variables and capacity levels. The main findings indicate strengths in the disposition toward a culture of solidarity and collective social participation, with a high proportion of positive responses on items related to cooperation, solidarity, and appreciation for the common good. At the same time, partial areas for improvement are identified in the practical consolidation of entrepreneurial and innovative projects, especially in aspects such as access to resources, institutional support, and practical experience in project management. Based on the partial results, we conclude that university education must more intensively integrate curricular and extracurricular spaces (experiential learning, incubators, innovation labs, and partnerships with local stakeholders) that strengthen competencies for social innovation and sustainable entrepreneurship, in line with the Sustainable Development Goals (SDGs). Recommendations are proposed for the Faculty to incorporate training and support strategies that enhance the applicability of ideas and local transformation.

Keywords

Innovation; Entrepreneurship; Solidarity Culture; Capabilities; Higher Education; University Students.



Emprendimiento





Tu Imagen Digital: Modelo de negocio híbrido (agencia + formación) apalancado en IA para Mipymes

Tu Imagen Digital: A Hybrid Agency + Training Business Model Powered by AI for MSMEs

Nelson Javier Hernández Bueno¹

Nathalia Cristina Vargas Bethencourt²

Resumen

Las Mipymes enfrentan barreras de costo, talento y foco estratégico para competir en entornos digitales; por ello, esta ponencia examina el modelo híbrido de Tu Imagen Digital, que integra estrategia digital, creación de contenido y pauta, combinando dirección profesional con la formación de jóvenes como community managers bajo estándares y guías operativas, apalancados por IA generativa y herramientas creativas. Objetivo general: evaluar el efecto del modelo sobre el desempeño operativo y de marketing en Mipymes. Objetivos específicos: (O1) medir cambios en tiempo de ciclo y tasa de primera aprobación de contenidos; (O2) estimar el impacto en ROAS, CAC y conversión; (O3) valorar la satisfacción del cliente (NPS) y la progresión de competencias en aprendices. Método: estudio mixto con enfoque de diseño (design science + estudio de caso) que incluye mapeo del modelo de negocio, protocolo de formación y aseguramiento de calidad, pilotos con clientes y un tablero de indicadores. Resultados: se observa reducción de tiempos de producción, mayor primera aprobación, mejoras en ROAS y conversión, disminución del CAC y alzas en NPS, coherentes con la integración proceso–talento–tecnología y la supervisión profesional. Conclusión: el modelo es viable, escalable e inclusivo; aporta a la gestión organizacional, a la innovación (Manual de Oslo) y a la gobernanza del talento en agencias ligeras.

Palabras claves

Modelo de negocio; Innovación organizacional; Emprendimiento social; Inteligencia artificial en marketing; Gestión del talento.

¹ MsC, Profesor Investigador. Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia. nelson.hernandez.bu@uniminuto.edu.co

² MBA, Profesora. Universidad Autónoma de Bucaramanga - UNAB, Colombia. nvargas27@unab.edu.co



Abstract

MSMEs face barriers of cost, talent, and strategic focus when competing in digital environments; accordingly, this presentation examines Tu Imagen Digital’s hybrid business model, which coordinates digital strategy, content creation, and paid media by combining professional leadership with the training of low-income youth as community managers under standards and operating playbooks, powered by generative AI and creative tools. The core problem is the fragmentation among strategy, production, and media, which raises costs and lowers impact; to address it, we conduct a mixed, design-oriented study that combines design science and case study methods, including business-model mapping, the design of a training and quality-assurance protocol, client pilots, and monitoring through a performance-indicator dashboard. Participants include managers from MSME clients and a supervised cohort of trainees. Findings indicate that the model is viable, scalable, and socially inclusive; it shortens production times, improves brand consistency, and increases advertising returns when training and professional supervision are integrated with processes and metrics. Finally, we discuss implications for organizational management, innovation in the sense of the Oslo Manual, and talent governance in lean agencies.

Keywords

Business model; Organizational innovation; Social entrepreneurship; AI in marketing; Talent management.



Análisis de los e-commerce en las exportaciones de confección de jeans en las mipymes de Cúcuta

Analysis of e-commerce platforms in the export of jeans apparel by smes in
Cúcuta

Lisbeth Martínez¹

Yurley Basto Carlos²

Julieth Acevedo³

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el impacto que la implementación del comercio electrónico (e-commerce) ha tenido en las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector de confección de jeans en Cúcuta, con el fin de comprender su influencia en las exportaciones y la competitividad internacional. El problema radica en que, aunque este sector ha mostrado un crecimiento significativo impulsado por iniciativas como Corpomoda, muchas empresas aún enfrentan limitaciones en su digitalización y expansión a mercados externos. Para abordar esta problemática, se empleó un enfoque mixto con diseño no experimental y transversal, aplicando cuestionarios y entrevistas a empresas afiliadas al clúster de Corpomoda. El estudio caracterizó el sector, evaluó el nivel de adopción del e-commerce y analizó la eficacia de sus estrategias digitales. Los resultados muestran que el comercio electrónico ha incrementado significativamente las exportaciones y ha permitido la apertura de nuevos mercados, reduciendo costos logísticos y mejorando la competitividad global. Sin embargo, también se evidencian retos como la falta de capacitación tecnológica, barreras arancelarias e infraestructura digital limitada. En conclusión, el e-commerce se consolida como una herramienta clave para el crecimiento del sector textil en Cúcuta, siempre que

¹ Educación media completa, estudiante pregrado, Universidad Simón Bolívar, Colombia y l_martinez21@unisimon.edu.co

² Educación media completa, estudiantes pregrado, Universidad Simón Bolívar, Colombia y y_basto1@unisimon.edu.co

³ Especialización, profesora de pregrado y posgrado, Universidad Simón Bolívar, Colombia y julieth.acevedom@unisimon.edu.co



se implementen estrategias adecuadas y se fortalezcan las capacidades digitales de las empresas.

Palabras claves

Comercio electrónico, MIPYMES, confección de jeans, exportaciones, Cúcuta.

Abstract

This study aims to analyze the impact of e-commerce implementation on small and medium-sized enterprises (SMEs) in the jeans manufacturing sector in Cúcuta, Colombia, with the objective of understanding its influence on exports and international competitiveness. The problem lies in the fact that, although this sector has shown significant growth driven by initiatives such as Corpomoda, many companies still face limitations in their digital transformation and expansion into international markets. To address this issue, a mixed-methods approach with a non-experimental, cross-sectional design was used, employing questionnaires and interviews with companies affiliated with the Corpomoda cluster. The study characterized the sector, assessed the level of e-commerce adoption, and analyzed the effectiveness of their digital strategies. The results show that e-commerce has significantly increased exports and enabled access to new markets, reducing logistical costs and improving overall competitiveness. However, challenges such as a lack of technological training, tariff barriers, and limited digital infrastructure were also identified. In conclusion, e-commerce is emerging as a key tool for the growth of the textile sector in Cúcuta, provided that appropriate strategies are implemented and the digital capabilities of the companies are strengthened.

Keywords

E-commerce, SMEs, jeans manufacturing, exports, Cúcuta.



Avances en el diseño de un laboratorio itinerante de innovación con enfoque lúdico para el fortalecimiento empresarial en el Quindío

Advances in the design of a traveling innovation lab with a playful approach for
business strengthening in Quindío

Arcesio Millán Chica¹

María Teresa Betancur Echavarría²

Resumen

La presente ponencia expone los avances del proyecto de investigación cuyo objetivo es diseñar un laboratorio itinerante de innovación con enfoque lúdico para el fortalecimiento empresarial en el departamento del Quindío. El problema identificado radica en la baja articulación entre actores del ecosistema regional de innovación y la limitada apropiación de metodologías ágiles por parte de las pequeñas y medianas empresas, lo cual restringe su capacidad de adaptación y competitividad. Para abordar esta problemática, se desarrolló una revisión sistemática de literatura académica indexada, vigilancia tecnológica de experiencias nacionales e internacionales, y análisis de casos exitosos en Colombia, Chile y España. Los participantes del estudio corresponden a unidades productivas del Quindío, caracterizadas por su perfil emprendedor y su interés en procesos de transformación organizacional. Los resultados parciales permitieron identificar elementos clave para la construcción del prototipo metodológico, tales como la itinerancia, la gamificación, la co-creación y la evaluación participativa. Asimismo, se avanzó en las fases de empatía y definición del modelo Design Thinking, segmentando empresas por nivel de madurez innovadora y formulando preguntas de diseño para la etapa de ideación. Como conclusión preliminar, se destaca la pertinencia del enfoque lúdico e itinerante como estrategia para promover la cultura de innovación, facilitar la articulación interinstitucional y generar valor pedagógico en contextos empresariales diversos.

¹Administrador de empresas, Especialista en gerencia y mercadeo, magister en Administración de empresas, Docente tiempo parcial Universidad Alexander von Humboldt, Armenia Quindío. amillan@cue.edu.co

² Profesional en Comunicación y Relaciones Corporativas, Especialista en técnicas, métodos y prácticas de la investigación social, Magister en Creatividad educativa, Docente tiempo completo Universidad Alexander von Humboldt, Armenia Quindío. Mbetancur89@cue.edu.co



Palabras claves

Innovación, laboratorio itinerante, Emprendimiento, fortalecimiento empresarial, metodologías ágiles

Abstract

This presentation presents the progress of a research project aimed at designing a mobile innovation laboratory with a playful approach to business development in the department of Quindío. The identified problem lies in the weak coordination between actors in the regional innovation ecosystem and the limited adoption of agile methodologies by small and medium-sized enterprises, which restricts their capacity for adaptation and competitiveness. To address this issue, a systematic review of indexed academic literature, technological surveillance of national and international experiences, and analysis of successful cases in Colombia, Chile, and Spain were conducted. The study participants were from productive units in Quindío, characterized by their entrepreneurial profile and interest in organizational transformation processes. The partial results identified key elements for building the methodological prototype, such as roaming, gamification, co-creation, and participatory evaluation. Progress was also made in the empathy and definition phases of the Design Thinking model, segmenting companies by level of innovative maturity and formulating design questions for the ideation stage. As a preliminary conclusion, the relevance of the playful and roaming approach as a strategy for promoting a culture of innovation, facilitating inter-institutional coordination, and generating pedagogical value in diverse business contexts is highlighted.

Keywords

Innovation, traveling laboratory, entrepreneurship, business strengthening, agile methodologies



Análisis de correlación de la percepción del emprendimiento del estudiante de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de los Llanos, año 2025.

Correlation analysis of the perception of entrepreneurship among students of the Master's Business Administration at the Universidad de los Llanos, year 2025.

Javier Díaz Castro¹

Sergio Felipe Viña²

Elkin David Rodríguez Penagos³

Cesar Alejandro Casallas Lugo⁴

Resumen

La presente investigación busca analizar la correlación entre factores que tienen influencia en la percepción de emprendimiento del estudiante de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de los Llanos, durante el año 2025. En el entorno actual en donde se demanda capacidades emprendedoras, y la coyuntura de la migración proveniente de Venezuela, resulta relevante y pertinente considerar la percepción de los futuros actores empresariales, que en el presente adquieren conocimientos esenciales para los negocios, y la solución de problemas empresariales. Reflexionar sobre esto resulta fundamental para que la academia y el estado diseñe planes de estudio y políticas públicas que permitan la creación de empresas sostenibles que fomenten la productividad laboral. La propuesta de investigación tiene un enfoque cuantitativo, se aplicarán encuestas estructuradas a los estudiantes de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de los Llanos, durante el año 2025, para lo cual se identificarán diversas variables relacionadas con la percepción de emprendimiento y se realizara análisis de correlación mediante técnicas estadísticas a los resultados, para determinar el grado de asociación entre las variables y la percepción del emprendimiento. Con este análisis se busca aportar un modelo analítico que proporcione

¹ Doctor en Economía y Gestión Empresarial, Decano Facultad Ciencias Económicas, Universidad de los Llanos, Colombia, jdiaz@unillanos.edu.co

² Administrador Público, Catedrático, Universidad de los Llanos, Colombia, se.fe.vina@unillanos.edu.co

³ Maestrante MBA, Especialista en Administración de Negocios, Estudiante Universidad de los Llanos, Colombia, ce.al.casallas@unillanos.edu.co

⁴ Maestrante MBA, Especialista en Gestión de la calidad de Negocios, Estudiante Universidad de los Llanos, Colombia, elkin.rodriguez@unillanos.edu.co



evidencia sobre la percepción del emprendimiento y su práctica como una alternativa viable en el desarrollo profesional y económico, que permita fomentar el emprendimiento como motor para el desarrollo empresarial innovador, la productividad laboral y el bienestar social.

Palabras claves

Emprendimiento, percepción, correlación, estudiantes, MBA

Abstract

This proposal aims to analyze the correlation between factors that influence the perception of entrepreneurship among students enrolled in the Master's in Business Administration program at the University of Los Llanos during the year 2025. In the current environment, where entrepreneurial skills are increasingly demanded, and in light of the ongoing migration from Venezuela, it is both relevant and necessary to consider the perception of future business actors who are currently acquiring essential knowledge for business management and problem-solving. Reflecting on this issue is essential for academia and the state to design curricula and public policies that enable the creation of sustainable enterprises that promote labor productivity. The research proposal adopts a quantitative approach. Structured surveys will be administered to students of the Master's in Business Administration program at the University of Los Llanos in 2025. Various variables related to the perception of entrepreneurship will be identified, and correlation analysis will be conducted using statistical techniques to determine the degree of association between these variables and entrepreneurial perception. This analysis seeks to contribute to the development of an analytical model that provides evidence on the perception of entrepreneurship and its practice as a viable alternative for professional and economic development. The ultimate goal is to promote entrepreneurship as a driver of innovative business development, labor productivity, and social well-being.

Keywords

Entrepreneurship, Perception, Correlation, Students, MBA



Ruralidad: Emprendiendo desde la diversificación, ¿obligación o elección?

Rurality: Entrepreneurship through diversification ¿obligation, or choice?

Arias-Galindo, Yeick E¹

Resumen.

Este artículo realiza una revisión de la literatura sobre la diversificación rural, el emprendimiento y las estrategias de negocio en contextos rurales, evidenciando que la decisión de diversificarse no siempre responde a una obligación, sino a una elección estratégica de los empresarios para adaptarse a un entorno cada vez más competitivo y globalizado. A través de un proceso metodológico cualitativo y descriptivo, y luego de obtener aproximadamente 800 unidades en la búsqueda web, y aplicando criterios de inclusión y exclusión, se seleccionaron 24 para un estudio profundo, fundamentado en información documental y académica. Los resultados muestran que la diversificación en áreas rurales se impulsa por múltiples factores sociales, económicos y tecnológicos, respondiendo a las transformaciones en los procesos productivos tradicionales y a la incorporación de tecnologías avanzadas. Se concluye que comprender esta dinámica requiere enfoques multidisciplinarios que permitan entender mejor las estrategias de emprendimiento y diversificación en los entornos rurales del siglo XXI, promoviendo el crecimiento y la sostenibilidad de los agronegocios.

Palabras clave

Ruralidad, emprendimiento rural, diversificación rural, estrategia de diversificación.

Abstract.

This article reviews the literature on rural diversification, entrepreneurship, and business strategies in rural contexts, showing that the decision to diversify is not always a necessity, but rather a strategic choice made by entrepreneurs to adapt to an increasingly

¹Administrador de Empresas, Magíster en Ciencias Económicas y de Gestión, Docente Investigador Asociado, Dirección Nacional de Investigación e Innovación, Universidad CUN, yeick_arias@cun.edu.co



competitive and globalized environment. Through a qualitative and descriptive methodological process, and after obtaining approximately 800 units in the web search, and applying inclusion and exclusion criteria, 24 were selected for an in-depth study, based on documentary and academic information. The results show that diversification in rural areas is driven by multiple social, economic, and technological factors, responding to transformations in traditional production processes and the incorporation of advanced technologies. It is concluded that understanding this dynamic requires multidisciplinary approaches that facilitate a deeper understanding of entrepreneurship and diversification strategies in 21st-century rural environments, thereby promoting the growth and sustainability of agribusinesses.

Keywords

Rurality, rural entrepreneurship, rural diversification, diversification strategy.



Diagnóstico de los emprendimientos universitarios en el Departamento de Casanare

Diagnosis of university entrepreneurship in the Department of Casanare

Julian Esteban Chavarro Ramírez¹

Resumen

El emprendimiento universitario se refiere al conjunto de procesos educativos, culturales y estructurales desarrollados por instituciones de educación superior para fomentar la capacidad de los estudiantes para idear, planear y ejecutar iniciativas empresariales e innovadoras. Implica cultivar competencias emprendedoras, creatividad, visión de oportunidades y espíritu crítico dentro del entorno académico (Benavides-Sánchez, Castro-Ruiz, & Brand-Narváez, 2022). En el Departamento de Casanare existe un ecosistema estructurado en materia de Emprendimiento, esta estructura en los últimos dos años ha estado inactiva por carencia de Sinergia entre las diferentes entidades. Por su parte, el Departamento de Casanare acorde al informe Nacional de Competitividad Departamental 2022, la región ocupó el puesto 15, sin embargo, en las variables “Universidades” y “Entorno para los Negocios” no presentaron un cambio considerable acorde al informe de Competitividad, ya que ocuparon el puesto 20 en los dos últimos años. Teniendo en cuenta lo anterior, el propósito de la investigación fue diagnosticar los emprendimientos de las Instituciones de Educación Superior (IES) con presencia en el Departamento para poder definir acciones pertinentes al mejoramiento del accionar del Emprendimiento. Esta investigación es de tipo descriptivo, con enfoque cuantitativo no experimental y de corte transversal, donde se analizaron a 116 emprendimientos mediante una encuesta, el instrumento permite analizar aspectos como el tipo de estamento del emprendedor, la etapa de emprendimiento, tiempo de funcionamiento, sector económico, aspecto de investigación y formalización. La investigación permite concluir que el estado de los emprendimientos universitarios está en etapas tempranas y que están inmersos en

¹ Magister en Ingeniería de Producción, Coordinador de Investigador Facultad de Ciencias Económicas y Administrativa, Fundación Universitaria de San Gil, Colombia, jchavarro@unisangil.edu.co



el sector de comercio y servicio y que para su crecimiento el factor más importante es tener apoyo financiero y visualización.

Palabras claves

Emprendimiento Universitario, Ecosistema Emprendedor, Casanare,
Competitividad

Abstract

University entrepreneurship refers to the set of educational, cultural, and structural processes developed by higher education institutions to foster students' ability to design, plan, and implement business and innovative initiatives. It involves cultivating entrepreneurial competencies, creativity, opportunity recognition, and critical thinking within the academic environment (Benavides-Sánchez, Castro-Ruíz, & Brand-Narváez, 2022). In the Department of Casanare, there is a structured entrepreneurship ecosystem; however, in the last two years, it has remained inactive due to a lack of synergy among different entities. According to the 2022 National Departmental Competitiveness Report, Casanare ranked 15th overall. Nevertheless, in the variables “Universities” and “Business Environment,” there was no significant change, as the region ranked 20th in both areas during the last two years. Considering the above, the purpose of this research was to diagnose the entrepreneurship initiatives of Higher Education Institutions (HEIs) present in the department, in order to define relevant actions to improve entrepreneurial performance. This research is descriptive, with a non-experimental quantitative and cross-sectional approach, analyzing 116 entrepreneurship initiatives through a survey. The instrument allowed for the analysis of aspects such as the type of entrepreneur, stage of entrepreneurship, duration of operation, economic sector, research component, and formalization. The study concludes that the state of university entrepreneurship is still in early stages, mostly concentrated in the commerce and service sectors, and that for growth, the most important factors are financial support and visibility

Keywords

University Entrepreneurship, Entrepreneurial Ecosystem, Casanare,
Competitiveness



Responsabilidad Social y Empresarial





Gestión responsable en el contexto universitario desde la percepción de los stakeholders internos

Responsible management in the university context from the perception of internal stakeholders

Magda Mildreth Rodríguez Castilla¹

Isai Duran León²

Blanca Mery Velasco Burgos³

Resumen

La universidad es una comunidad académica que desempeña un rol de vital importancia frente a la sociedad a través de los procesos de docencia, investigación y extensión dando respuesta a las necesidades y problemáticas sociales y es así como la responsabilidad social ha alcanzado importancia en el contexto académico. El objetivo de esta investigación consistió en identificar la percepción de los stakeholders internos del Programa de Contaduría Pública de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña acerca de la Responsabilidad Social Universitaria. La metodología aplicada se estableció mediante un enfoque cuantitativo, no experimental de tipo transversal descriptiva, con una población conformada por 798 estudiantes; así mismo, la muestra arrojó un total de 296 estudiantes. Los datos fueron recolectados a través de una encuesta utilizando la escala de Likert y los resultados más relevantes fueron que el programa de Contaduría Pública de la Contaduría Pública de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña demuestra su gestión socialmente responsable a través de prácticas que cumple de manera parcial.

Palabras claves

Educación superior, ética, medio ambiente, responsabilidad social, stakeholders

¹ Docente Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

² Docente Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

³ Docente Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña



Abstract

The university is an academic community that plays a vital role in society through teaching, research, and outreach, responding to social needs and problems. This is why social responsibility has gained importance in the academic context. The objective of this research was to identify the perceptions of internal stakeholders of the Public Accounting Program at Francisco de Paula Santander Ocaña University regarding University Social Responsibility. The methodology used was a quantitative, non-experimental, cross-sectional descriptive approach, with a population of 798 students; the sample yielded a total of 296 students. Data were collected through a survey using the Likert scale, and the most relevant results were that the Public Accounting Program of the Public Accounting Program at Francisco de Paula Santander Ocaña University demonstrates its socially responsible management through practices that it partially fulfills.

Keywords

Higher education, ethics, environment, social responsibility, stakeholders



Marketing





**Percepción del consumidor sobre la efectividad de la estrategia
de promoción como práctica administrativa en las cafeterías de
Pamplona**

Consumer perception of the effectiveness of the promotion strategy as an administrative practice in the cafeterias of Pamplona

Andrey Camilo Chacón Ortega

Alan Manuel Osorno García

Adrián Ovidio Vera García

Resumen

Pamplona ubicado en Norte de Santander, es un municipio de alto flujo comercial y gran número de cafeterías, las cuales componen una oferta permanente para el alto flujo de estudiantes, turistas y comunidad en general. En este sentido, la competencia entre estos establecimientos no se limita a la calidad del café, se extiende a la creatividad y efectividad de sus promociones, descuentos directos, ofertas 2x1, combos y programas de fidelización. Las hipótesis de la investigación se orientan a determinar si la percepción positiva del consumidor frente a estas estrategias promocionales influye significativamente en su decisión de compra y en su lealtad hacia una cafetería específica. En otras palabras, se plantea que la efectividad percibida de las promociones tiene una relación directa con el nivel de satisfacción y fidelización del cliente, en tanto que las promociones bien diseñadas no solo generan un aumento temporal en las ventas, sino también vínculos duraderos basados en la confianza, la recompensa y la experiencia positiva. Es así como se plantea una investigación con enfoque cuantitativo mediante la aplicación encuestas estructuradas y dirigidas a 382 consumidores mayores de edad, utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia. Revelando que los combos promocionales, los descuentos directos y las ofertas tipo 2x1 son mejores, ya que captan la atención, benefician la economía personal y genera cambios en los hábitos de consumo. Igualmente, contribuyen a la fidelización cuando se combinan con un servicio de calidad y programas de beneficios para clientes frecuentes. En conclusión, las hipótesis planteadas se confirman al demostrarse que la percepción favorable del consumidor frente a las estrategias de promoción está asociada con un mayor grado de fidelización. Por



tanto, las cafeterías de Pamplona deben mantener las promociones como herramienta clave de marketing, procurando innovar y adaptar sus estrategias según las preferencias del cliente, garantizando así la sostenibilidad del negocio.

Palabras claves

Percepción, Consumidor, Promoción, Fidelización, Marketing.

Abstract

Pamplona, located in Norte de Santander, is a municipality with a high commercial flow and a large number of coffee shops, which provide a permanent offering for the large number of students, tourists, and the community at large. In this sense, the competition between these establishments is not limited to the quality of the coffee; it extends to the creativity and effectiveness of their promotions, direct discounts, 2-for-1 offers, combos, and loyalty programs. The research hypotheses aim to determine whether consumers' positive perceptions of these promotional strategies significantly influence their purchasing decisions and loyalty to a specific coffee shop. In other words, it is proposed that the perceived effectiveness of promotions is directly related to customer satisfaction and loyalty, with well-designed promotions generating not only a temporary increase in sales but also lasting relationships based on trust, rewards, and a positive experience. This is how a quantitative research approach was proposed, using structured surveys targeted at 382 adult consumers, using non-probability convenience sampling. It revealed that promotional combos, direct discounts, and 2-for-1 offers are better, as they capture attention, benefit personal finances, and generate changes in consumer habits. They also contribute to customer loyalty when combined with quality service and benefit programs for frequent customers. In conclusion, the proposed hypotheses are confirmed by demonstrating that favorable consumer perceptions of promotional strategies are associated with a higher level of loyalty. Therefore, Pamplona's coffee shops should maintain promotions as a key marketing tool, seeking to innovate and adapt their strategies to customer preferences, thus ensuring business sustainability.

Keywords

Perception, Consumer, Promotion, Loyalty, marketing.



Propuesta de estrategias de marketing para el Departamento de Promoción y Comunicaciones, orientado a los posgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Fundación Universitaria de San Gil – UNISANGIL sede San Gil.

Marketing strategy proposal for the Department of Promotion and Communications, targeting the postgraduate programs of the Faculty of Economics and Administrative Sciences of the San Gil University Foundation – UNISANGIL, San Gil campus.

Gloria Stefan Bayona Duarte¹

Oscar Mauricio Colmenares Benavides²

Maria Teresa Cala Diaz³

Resumen

Esta investigación se centra en crear una propuesta de estrategias de marketing para el Departamento de Promoción y Comunicaciones de UNISANGIL, orientadas a la promoción de los posgrados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en la sede San Gil, se desarrolló desde un enfoque mixto, no experimental – Transversal con enfoque descriptivo – analítico para el componente cuantitativo, con diseño etnográfico, para el componente cualitativo. La población de análisis incluyó graduados de pregrado de la institución, líderes de procesos internos y expertos en marketing educativo. Las técnicas de recolección de datos implementadas fueron entrevistas y encuestas, complementadas con revisión documental de antecedentes y teorías de marketing relevantes para el análisis. Los resultados reflejaron que, pese a los esfuerzos en la comunicación institucional, aún existen debilidades en la diversificación de canales y el aprovechamiento de las herramientas digitales, así como en la segmentación del público objetivo. Así mismo se identificó que los aspirantes valoran atributos como la flexibilidad de los programas, la pertinencia frente al entorno laboral, y la calidad académica ofrecida,

¹ Contadora Pública, Especialista en Pedagogía para el desarrollo de la inteligencia, candidata a Magister en Gerencia de Organizaciones. Estudiante. UNISANGIL, Colombia. gloriabayona@unisangil.edu.co

² Administrador de Empresas, Especialista en Mercadeo Estratégico, candidata a Magister en Gerencia de Organizaciones. Docente. UNISANGIL, Colombia. ocolmenares@unisangil.edu.co

³ Administradora de Empresas, Magister en Educación. Docente. UNISANGIL, Colombia. mariacala@unisangil.edu.co



siendo estos factores decisivos en la elección de un posgrado. A partir de los resultados obtenidos, del total de 111 graduados encuestados, el 90% manifestó preferencia por canales digitales, mientras que el 60% de los líderes internos calificó las estrategias de promoción como medianamente efectivas. Además, se establecieron 5 ejes estratégicos orientados al fortalecimiento de la presencia digital, la mejora en la interacción con graduados, y la optimización de la segmentación del mercado, en pro de la consolidación y posicionamiento institucional. Esta propuesta no solo busca incrementar el ingreso de nuevos estudiantes de posgrado, sino el aporte al desarrollo regional mediante la formación de capital humano altamente cualificado.

Palabras claves

Estrategias, educación superior, marketing educativo y digital, segmentación, comunicación institucional.

Abstract

This research focuses on developing a proposal of marketing strategies for the Department of Promotion and Communications of UNISANGIL, aimed at promoting the graduate programs of the Faculty of Economic and Administrative Sciences at the San Gil campus. The study was conducted under a mixed approach: a non-experimental, cross-sectional quantitative design with a descriptive–analytical scope, and a qualitative component based on an ethnographic design of the micro-ethnographic type. The population of analysis included undergraduate alumni of the institution, internal process leaders, and experts in educational marketing. Data collection techniques comprised interviews and surveys, complemented by a documentary review of antecedents and relevant marketing theories for the analysis. The results revealed that, despite efforts in institutional communication, there are still weaknesses in the diversification of channels and the use of digital tools, as well as in the segmentation of the target audience. It was also identified that prospective students highly value attributes such as program flexibility, relevance to the labor market, and academic quality, which are decisive factors in the choice of a graduate program. Based on the diagnostic findings, five strategic axes were established, oriented toward strengthening digital presence, improving interaction with alumni, and optimizing market segmentation, in favor of institutional consolidation and positioning. This proposal seeks not only to increase the enrollment of new graduate



students but also to contribute to regional development through the training of highly qualified human capital.

Keywords

Strategies, higher education, educational and digital marketing, segmentation, institutional communication.



Estimación de los niveles de entusiasmo de un cliente al escuchar una propuesta de un proyecto empleando diversos medios tecnológicos.

Estimating of a client enthusiasm levels when hearing a project proposal using various technological tools.

Luz Moreno¹

César Peña²

Sergio Patiño³

Resumen

En este artículo se presenta un estudio de caso sobre el impacto que puede tener las ayudas tecnológicas en la presentación de proyectos. Se busca estimar los niveles de entusiasmo por medio de una interfaz cerebro computador de un cliente al recibir la información de una propuesta de un proyecto empleando como dispositivos de visualización un PC convencional, una pantalla plana de gran tamaño y unas gafas novedosas de realidad virtual y realidad aumentada. Los estudios experimentales evidenciaron que en el estudio de caso el cliente aumento su entusiasmo un 2,47% al emplear la pantalla y un 69.49% al emplear el sistema de realidad virtual frente a las presentaciones tradicionales con un PC. Por lo cual se infiere que el uso de herramientas tecnológicas inmersivas puede generar grandes impactos en la percepción de los clientes.

Palabras claves

Marketing, Experiencia del consumidor, BCI, Entusiasmo, Proyectos y Tecnología.

Abstract

This article presents a case study on the impact that technological aids can have on project presentations. The aim is to estimate the levels of enthusiasm experienced by a client using a brain-computer interface (BCI) when receiving information about a project

¹ Magister en Dirección y Administración de Empresas, Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Pamplona, Colombia, luz.moreno@unipamplona.edu.co.

² Doctor en Automática y Robótica, Docente de la Facultad de Ingenierías y Arquitectura, Universidad de Pamplona, Colombia, cesarapc@unipamplona.edu.co

³ Arquitecto, Facultad de Ingenierías y Arquitectura, Universidad de Pamplona, Colombia, sergio.patinoser@unipamplona.edu.co



proposal. The client used a conventional PC, a large flat-screen display, and innovative virtual reality and augmented reality headsets as display devices. Experimental studies showed that in the case study, the client's enthusiasm increased by 2.47% when using the display and by 69.49% when using the virtual reality system compared to traditional presentations using a PC. Therefore, it is inferred that the use of immersive technological tools can have a significant impact on client perception.

Keywords

Marketing, Consumer Experience, BCI, Excitement, Projects and Technology.



Turismo





Propuesta plan prospectivo del turismo en San Gil 2025 -2035

Proposed prospective tourism plan in San Gil 2025-2035

Maryori del Pilar Ortega Hernández¹

Yuber Andrés Martínez Pinto²

María Teresa Cala Díaz³

Resumen

El presente estudio formula un Plan Prospectivo para el turismo en San Gil 2025–2035, con el objetivo de proponer estrategias que fortalezcan la competitividad turística del municipio a partir de la participación activa de los actores locales. San Gil enfrenta desafíos como la falta de planificación estratégica, la débil articulación entre sectores y la limitada diversificación de su oferta turística. La investigación empleó un enfoque mixto que integró técnicas cualitativas (grupos focales y entrevistas) y cuantitativas (encuestas estructuradas) aplicadas a 18 actores del sistema turístico local. A partir del análisis de 14 variables estratégicas se construyeron cuatro escenarios futuros y se seleccionó uno como escenario apuesta, caracterizado por la gobernanza participativa, la sostenibilidad ambiental y la profesionalización del talento humano. Los resultados evidencian que una adecuada planificación estratégica puede consolidar ventajas competitivas sostenibles en el mediano y largo plazo, contribuyendo al posicionamiento de San Gil como un destino turístico responsable y competitivo.

Palabras clave

Prospectiva estratégica, turismo sostenible, planificación territorial, San Gil, escenarios futuros, estrategias turísticas

¹Administradora de Empresas, Especialista en Finanzas, estudiante Maestría en Gerencia de Organizaciones de UNISANGIL, maryoriortega@unisangil.edu.co

² Administrador de Empresas, Especialista en Mercadeo Estratégico, estudiante Maestría en Gerencia de Organizaciones de UNISANGIL, yuber.martinez687@hotmail.com

³ Mg. En Educación de Entornos Virtuales de Aprendizaje, UNISANGIL, Docente tiempo completo; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4746-4713>



Abstract

This study formulates a Prospective Plan for tourism in San Gil 2025–2035, with the objective of answering the question: What prospective strategies can be formulated, based on the participation of local stakeholders, to improve the tourism competitiveness of San Gil in a sustainable and long-term manner? The municipality faces problems such as a lack of strategic planning, weak coordination between stakeholders, and a low diversification of its tourism offering, affecting the sustainability of the destination. Qualitative techniques such as focus groups and semi-structured interviews were used, along with quantitative instruments such as structured surveys, applied to a purposive sample of 18 stakeholders in the local tourism system. The study adopts a mixed approach, based on the simplified strategic foresight model proposed by Mojica (2010), which incorporates tools such as MICMAC, MACTOR, and Schwartz's axes of uncertainty. Instruments such as surveys and focus groups were applied to a purposive sample of 18 key stakeholders in the local tourism system, including representatives from the public, private, and community sectors. Based on the analysis of 14 strategic variables, four future scenarios were constructed (trend, optimistic, disruptive, and critical), and one scenario was selected as the best scenario, characterized by participatory governance, environmental sustainability, and the professionalization of human talent. The main findings indicate that, without intervention, tourism growth will be disjointed and have negative impacts; on the contrary, through adequate strategic planning, competitive advantages can be consolidated in the medium and long term.

Keywords

Strategic foresight, sustainable tourism, territorial planning, San Gil, future scenarios, tourism strategies