

# MEMORIAS

## I CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS SOCIALES ECONÓMICAS, FINANCIERAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



**Congreso Internacional De**  
Ciencias Sociales Económicas,  
Financieras, Administrativas  
y Contables.

---

**Fecha: 21, 22 de mayo de 2021,**

**Edición, Coordinación y Organización Damiand Felipe Trejos Salazar**

**Manizales, Caldas, Colombia**

**ISSN: 2805-7570**

# PONENCIAS



**Congreso Internacional De**  
Ciencias Sociales Económicas,  
Financieras, Administrativas  
y Contables.

---

**Fecha: 21, 22 de mayo de 2021,**

## Tabla de contenido

1. El Panorama Científico de la Investigación en Adopción Tecnológica.....	4
2. Technology and Marketing: patterns and trends research.....	5
3. Estado De La Investigación Del Cooperativismo A Nivel Global.....	6
4. Investigación en social media marketing, evolución y estado actual.....	7
5. Responsabilidad Social empresarial; una investigación con enfoque Latinoamericano.....	8
6. Comunicación organizacional: De la información del siglo XX a las tendencias del siglo XXI.....	9
7. Principales enfoques de economía social y solidaria en el mundo.....	10
8. Responsabilidad social empresarial y Recursos Humanos, elementos centrales en la gestión de las empresas modernas.....	11
9. El marketing social y su papel dentro del desarrollo sostenible.....	12
10. Postulados y locuciones sobre el Teletrabajo.....	13
11. Revisión Bibliométrica de la relación Finanzas-Sostenibilidad.....	14
12. Marketing ecológico y desarrollo sostenible una mirada desde la teoría.....	15
13. El marketing voz a voz como una red de escala libre.....	16
14. Educación financiera en el siglo XXI.....	17
15. Página legal o bandera.....	18

# 1. El Panorama Científico de la Investigación en Adopción Tecnológica

Raimundo Cáceres Ramírez

[raimundocr@ufps.edu.co](mailto:raimundocr@ufps.edu.co)

Pedro Duque Hurtado

[pedro.duquehu@amigo.edu.co](mailto:pedro.duquehu@amigo.edu.co)

Magda Zarela Sepúlveda

[magdazarelasa@ufps.edu.co](mailto:magdazarelasa@ufps.edu.co)

## Resumen

El desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones ha generado que la comunidad científica fije cada vez más su atención en esta área del conocimiento. Este documento realiza un análisis de mapeo científico sobre la investigación en adopción tecnológica, a través de Web of Science, empleando técnicas bibliométricas y de análisis de redes, se identifican autores, revistas, instituciones, países y tendencias de investigación en el área. Los resultados permitieron establecer tres clústeres: Modelos de Adopción Tecnológica, Adopción Tecnológica en las PYMES, y Brecha Digital. Se concluye con una propuesta de agenda para futuros estudios.

**Palabras Clave:** Panorama Científico, Adopción Tecnológica, Bibliometría, Redes, Tendencias de Investigación.

## 2. Technology and Marketing: patterns and trends research

Vannessa Montes Chaustre

[vannessamc@ufps.edu.co](mailto:vannessamc@ufps.edu.co)

Pedro Duque Hurtado

[pedro.duquehu@amigo.edu.co](mailto:pedro.duquehu@amigo.edu.co)

Magda Zarela Sepúlveda

[magdazarelasa@ufps.edu.co](mailto:magdazarelasa@ufps.edu.co)

### **Abstract**

Due to the rise of digital marketing, it is necessary to identify the direction that marketing technology solutions are taking to make this raise possible. Through the use of science mapping techniques and network analysis, we identified four principal lines of research. The first line, marketing technology as a service strategy refers to the customer-centred view and how technology impacts on the engagement and integration of the customer in the marketing process. The second refers to the integration of marketing and technology and how to break communication barriers and enhance innovation. Third, new product development alludes to the marketing strategy for new technologies and how to gain advantages on NPD through marketing. At last, the adoption of new technology relates to how marketing technologies affect the consumer preferences and usage of products.

**Key Words:** Marketing technology; martech; marketing integration; new product development; digital marketing

### 3. Estado De La Investigación Del Cooperativismo A Nivel Global

Walter Emilio Romero Carrillo

[walteremiliorc@ufps.edu.co](mailto:walteremiliorc@ufps.edu.co)

Jhon Antuny Pabón León

[jhonantuny@ufps.edu.co](mailto:jhonantuny@ufps.edu.co)

#### Resumen

El cooperativismo sobresale como ayuda a las necesidades insatisfechas de las personas. En donde por medio de la ayuda mutua e incorporación en la economía se disminuye la desigualdad. Por ende, este artículo tiene como propósito mostrar el estado de la investigación del Cooperativismo a nivel mundial y el rumbo que están tomando las investigaciones sobre el tema, otorgando un análisis de red con técnicas bibliométricas. Se realizó una consulta en Web of Science y se clasificaron los más importantes. Asimismo, se identificaron los autores, revistas, instituciones, países y por último se identifican las perspectivas de investigación. Con esto se demostró que el Cooperativismo presenta tres perspectivas.

**Palabras Clave:** Cooperativismo, revisión de literatura, red y perspectivas.

## 4. Investigación en social media marketing, evolución y estado actual

Esteban Adolfo Gómez Carreño

[estebanadolfgc@ufps.edu.co](mailto:estebanadolfgc@ufps.edu.co)

Pedro Duque Hurtado

[pedro.duquehu@amigo.edu.co](mailto:pedro.duquehu@amigo.edu.co)

Magda Zarela Sepúlveda

[magdazarelasa@ufps.edu.co](mailto:magdazarelasa@ufps.edu.co)

### Resumen

Dentro de las principales herramientas de las estrategias de marketing de las empresas, se han posicionado las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. De acuerdo con el interés que ha despertado este tema dentro de la comunidad científica e investigativa, este artículo tiene como objetivo realizar una búsqueda científica del social media marketing, a través, de herramientas y técnicas de bibliometría. Los resultados permitieron identificar tres corrientes de investigación en el campo de estudio: Confianza del consumidor, Impulso del turismo y Valor y lealtad de marca. También muestra, que ha tenido un gran auge en los últimos años, a pesar de ser un tema relativamente nuevo. Se concluye esta investigación, con la agenda de recomendaciones para futuras investigaciones.

**Palabras Clave:** Marketing, redes sociales, búsqueda científica, corrientes de investigación, estrategias de marketing.

## **5. Responsabilidad Social empresarial; una investigación con enfoque Latinoamericano**

Jonathan Osorio Mogollón

[jonathanferneyom@ufps.edu.co](mailto:jonathanferneyom@ufps.edu.co)

Johanna Mogrovejo

[johannamogrovejo@ufps.edu.co](mailto:johannamogrovejo@ufps.edu.co)

### **Resumen**

Este documento pretende aportar al desarrollo y evolución de la investigación y la producción científica que aborda un enfoque de la Responsabilidad social empresarial (RSE) en la región Latinoamericana. Para ello se brinda como herramienta un mapeo científico apoyado en instrumentos bibliométricos que permita identificar tendencias emergentes sobre este caso de estudio. En cuanto a la aplicación metodológica se incluye una búsqueda en la base de datos de Web of Science, proseguido por un análisis mediante Bibliometrix y Ghephi. Como resultado se identifican tres Clusters o perspectivas directamente relacionadas al tema de estudio: Divulgación, Sector Minero y países en vía de desarrollo; las cuales ofrecen entendimiento de esta área de conocimiento al tiempo que permite identificar futuras líneas de investigación.

**Palabras Clave:** RSE, Perspectivas, bibliometría, Latinoamérica, investigación.



## 6. Comunicación organizacional: De la información del siglo XX a las tendencias del siglo XXI

Francisco Javier Clavijo Tapia

[francisco.clavijota@amigo.edu.co](mailto:francisco.clavijota@amigo.edu.co)

Pedro Duque Hurtado

[pedro.duquehu@amigo.edu.co](mailto:pedro.duquehu@amigo.edu.co)

### Resumen

La presente investigación se basa en el recorrido histórico que ha tenido la Comunicación Organizacional, desde los teóricos fundacionales hasta las perspectivas o tendencias del siglo XXI. Por lo tanto, se presenta la evolución epistemológica que ha tenido esta disciplina y los desarrollos que ha generado para dar respuesta a los obstáculos propios del dinamismo social, cultural y económico. Para tal objetivo se realizó un análisis bibliométrico de redes y cocitaciones desde el año 2005 hasta el año 2020 en las bases de Scopus y Web of Science. Para facilitar la comprensión y análisis de los documentos obtenidos en la búsqueda, se utiliza la analogía del árbol. Los hallazgos demuestran que la Comunicación Organizacional se adapta a las diferentes necesidades sociales que surgen en diferentes contextos sociales. Así, se presenta como una disciplina necesaria para las organizaciones, las cuales podrán dar respuesta a posibles obstáculos e incertidumbre.

**Palabras Clave:** Comunicación organizacional; bibliometría; revisión; tendencia; desarrollo

## 7. Principales enfoques de economía social y solidaria en el mundo

José David Giraldo Castellanos

[jose.giraldoas@amigo.edu.co](mailto:jose.giraldoas@amigo.edu.co)

Oscar Eduardo Meza Aguirre

[oemezaa@unal.edu.co](mailto:oemezaa@unal.edu.co)

### Resumen

En orientación a los planteamientos de la economía social y solidaria encaminados a generar un bienestar colectivo, la democratización de la riqueza y la equidad económica y social, se identifica como un modelo económico alternativo frente a la ineficiencia de la economía capitalista tradicional y la desigualdad en la distribución de la riqueza. Por lo tanto, es pertinente realizar un análisis de los principales enfoques de economía social y solidaria de acuerdo a la ubicación de sus epicentros geográficos y vertientes con más adeptos. La presente ponencia aborda cada uno de esos enfoques de renombre internacional, identificando sus corrientes más sobresalientes en Francia, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, España y Latinoamérica; cada uno con principios, locuciones, conceptos y autores diversos, además de determinar su origen y desarrollo en diferentes contextos de la sociedad. La orientación metodológica empleada comprende una revisión bibliográfica de los autores hegemónicos de cada enfoque, según publicaciones científicas en revistas indexadas y a partir de un análisis de citas y cocitas de los artículos. Concluyendo cierta convergencia en algunos postulados, y a su vez innegociables divergencias respecto al rol y pilares que definen los objetivos de la economía social y solidaria; lo cual aducen un campo de estudio en debate y construcción permanente en el mundo.

**Palabras Clave:** Desarrollo económico, economía social, economía solidaria, capitalismo, equidad económica

## **8. Responsabilidad social empresarial y Recursos Humanos, elementos centrales en la gestión de las empresas modernas**

Katy Andrea Buitrago Trillos

[katyandreabt@ufps.edu.co](mailto:katyandreabt@ufps.edu.co)

Jhon Antuny Pabón León

[jhonantuny@ufps.edu.co](mailto:jhonantuny@ufps.edu.co)

### **Resumen**

Introducir la responsabilidad social empresarial y los recursos humanos como un elemento importante del desarrollo organizacional se ha convertido en un tema de crecimiento, no solo enfocándose en la responsabilidad social externa, sino también teniendo muy presente los colaboradores del interior de la corporación. Representa un esfuerzo colaborativo que cubre todas las partes de la empresa que no solo puede proporcionar servicios de RSE, sino que promueve la participación activa de sus colaboradores en lo que conlleva a la proposición de mejoras para complementar el modelo en general. Dentro de este documento se citan autores, los cuales tuvieron mayor relevancia en el manejo de este tema, con el fin de explicar sus hallazgos y aportes a la responsabilidad social empresarial y los recursos humanos dentro de 3 perspectivas.

**Palabras Clave:** Recursos humanos, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, desempeño, gestión ambiental.

## 9. El marketing social y su papel dentro del desarrollo sostenible

Cristian Camilo Pérez Restrepo

[Cristian.277162108137@ucaldas.edu.co](mailto:Cristian.277162108137@ucaldas.edu.co)

Juan Carlos Chica Mesa

[jcchicam@unal.edu.co](mailto:jcchicam@unal.edu.co)

### Resumen

El papel que desarrollan las empresas está cambiando, esto debido, a las constantes presiones que ejerce sobre ellas la sociedad en general. En este nuevo contexto, las compañías deben preocuparse por su sostenibilidad, pero también por la de la comunidad que las rodea, es allí donde su enfoque social adquiere cada vez mayor protagonismo. El marketing social, es un mecanismo que permite a las empresas contribuir con el desarrollo sostenible, sin dejar de lado su intencionalidad económica. Dada la indudable importancia de estos temas, este estudio pretende analizar cómo ha evolucionado el marketing social, y la forma en que este concepto se articula con el desarrollo sostenible. La literatura permitió identificar, que el marketing social es una herramienta ideal para compañías que pretenden contribuir en el abordaje de múltiples problemáticas sociales, pero al mismo tiempo, se convierte en un factor que les permite diferenciarse de sus competidores.

**Palabras Clave:** Marketing social, sostenibilidad, desarrollo sostenible, análisis bibliométrico

## 10. Postulados y locuciones sobre el Teletrabajo

Sandra Milena Suárez

[Sandra.2771810081@ucaldas.edu.co](mailto:Sandra.2771810081@ucaldas.edu.co)

Valentina González

[valentina.27717255@ucaldas.edu.co](mailto:valentina.27717255@ucaldas.edu.co)

David Giraldo

[jose.giraldoas@amigo.edu.co](mailto:jose.giraldoas@amigo.edu.co)

### Resumen

El teletrabajo se convierte paulatinamente en un modelo de utilidad y efectividad en relación a las necesidades de las dinámicas laborales actuales, la conexión a internet, la optimización de recursos, y en especial en un contexto de pandemia mundial como el Covid-19. En orientación a la importancia de este modelo, el objetivo de esta ponencia es analizar los principales postulados y locuciones sobre el teletrabajo, a través de la revisión de publicaciones en bases de datos. A partir de esta investigación se aborda el concepto del teletrabajo, cuáles son sus beneficios y dificultades para implementarlo, y su contexto reciente en las organizaciones a partir de los postulados más referenciados en la comunidad académica.

**Palabras Clave:** Teletrabajo, tecnología, rendimiento, costos, covid-19

## 11.Revisión Bibliométrica de la relación Finanzas-Sostenibilidad

Damiand Trejos

[dftrejoss@unal.edu.co](mailto:dftrejoss@unal.edu.co)

Oscar Hoyos

[oscar.hoyos@ucaldas.edu.co](mailto:oscar.hoyos@ucaldas.edu.co)

Pedro Duque Hurtado

[pedro.duquehu@amigo.edu.co](mailto:pedro.duquehu@amigo.edu.co)

### Resumen

El aumento de los problemas sociales, económicos y ambientales han conducido a la humanidad a uno de sus puntos más álgidos de toda la historia. La actual coyuntura ha llevado a la necesidad de crear consciencia en todos los actores económicos, al ser un hecho que, si no se toman decisiones importantes con carácter de emergencia, el futuro y bienestar de las nuevas generaciones quedarán completamente bajo la incertidumbre. Esta situación no es ajena a las organizaciones, y más si se tiene en cuenta que su responsabilidad en la falta de sostenibilidad, y generación de desigualdad en la población es alta; realidades que han conducido a que en las primeras décadas del siglo XXI las empresas hayan tomado un papel protagónico en los procesos de implementación de políticas sostenibles, sin dejar de lado los objetivos de rentabilidad y riqueza propios de la empresa privada. Teniendo en cuenta la relevancia que ha ido tomando la temática en los campos académicos y empresariales, a continuación se presenta un documento que realiza una investigación bibliométrica de la conexión Finanzas-Sostenibilidad. Gracias a esta revisión, se permite mostrar la configuración actual de conocimiento del área, además de exponer 3 enfoques de investigación, y finalmente abordar posibles temáticas futuras de indagación. Es de aclarar que la búsqueda de producción científica relevante para el tema se tomó de las bases datos WoS y Scopus.

**Palabras Clave:** Cambio climático, rentabilidad, Sostenibilidad, Equilibrio ambiental, Resultados Corporativos.

## 12. Marketing ecológico y desarrollo sostenible una mirada desde la teoría

Emmanuel Velasquez Grisales

[emmanuel.velasquezgrisales@gmail.com](mailto:emmanuel.velasquezgrisales@gmail.com)

### Resumen

El actual daño al medio ambiente, el crecimiento desbordado y poco sostenible y las crisis financieras, han llevado a la sociedad y en especial a las organizaciones a repensar sus operaciones, especialmente del área de marketing y generar productos verdes, con estrategias de marketing ecológico, acompañadas también de conciencia y responsabilidad con el desarrollo sostenible. Oportuno al aumento del interés académico y profesional sobre estos temas, este estudio quiere realizar una revisión de literatura científica que explora el vínculo entre green marketing y desarrollo sostenible. Para esto se hizo una búsqueda de la producción científica registrada en Scopus en las últimas dos décadas. Los estudios permitieron identificar que a pesar de la resistencia que han tenido las empresas en torno a las prácticas ecológicas, enmarcadas en temas de sostenibilidad, los consumidores, el estado y los mismos competidores, han generado cierta presión, que las obliga a prestar cada vez más atención, hacia estos comportamientos amigables con el medioambiente.

**Palabras Clave:** Green marketing, desarrollo sostenible, marketing, protección al medio ambiente, comercio.

## 13.El marketing voz a voz como una red de escala libre

Sebastian Robledo

[sebastian.robledogi@amigo.edu.co](mailto:sebastian.robledogi@amigo.edu.co)

Andrés Mauricio Grisales Grajales

[andres.grisalesag@amigo.edu.co](mailto:andres.grisalesag@amigo.edu.co)

### Resumen

Las estrategias de mercadeo enfocadas a generar voz a voz se han convertido en una herramienta clave para las organizaciones. Sin embargo, muy poco se conoce acerca de las estructuras sociales que se forman debido a que estos procesos son generalmente informales y difíciles de registrar dentro de las empresas. El objetivo de este trabajo es entender la forma como se propaga el voz a voz a través de un caso de estudio. Se registraron los datos de recomendaciones de una herramienta web usada por científicos. Los resultados muestran que la estructura de estos comportamientos representa una red de escala libre. Los administradores y mercadólogos pueden utilizar estos resultados para mejorar sus estrategias de marketing de referidos.



## 14.Educación financiera en el siglo XXI

Damiand Trejos

[dfrejoss@unal.edu.co](mailto:dfrejoss@unal.edu.co)

Daniel Esteban Arismendy Quintero

[daniel.277162108111@ucaldas.edu.co](mailto:daniel.277162108111@ucaldas.edu.co)

### Resumen

Durante la última década, la educación financiera es un tema que ha cobrado cada vez mayor relevancia, pues diversas evidencias han demostrado que la enseñanza relacionada con esta área contribuye a que se aumenten los conocimientos y habilidades financieras en la población, logrando con esto entre otras cosas, que se fomente el ahorro en las personas y se tomen decisiones financieras acertadas, lo cual de alguna manera impacta en el crecimiento económico de un país o región en específico. Además, a partir de la crisis económica de 2008, se hizo evidente la falta de conocimientos financieros por parte de la población, la cual se debe enfrentar a productos y servicios financieros cada vez más complejos, que requieren mayores esfuerzos para su comprensión, resaltando aún más la importancia de la educación financiera para el aprendizaje y entendimiento de estos temas, puesto que no son ajenos a ninguna persona hoy en día. Por lo tanto, este estudio realiza una revisión teórica de la evolución que ha venido presentando esta importante área de conocimiento, concluyendo entre otras cosas que se deben promocionar y potenciar programas sólidos de educación financiera dirigidos a niños y jóvenes, pues la enseñanza sobre estos temas desde temprana edad, contribuye a que al llegar a la etapa adulta se presenten unos comportamientos financieros adecuados y una mejor toma de decisiones, generando un impacto positivo en la economía tanto de las personas, como de la sociedad en general.

**Palabras Clave:** Educación financiera, conocimientos financieros, comportamientos, jóvenes, estudiantes

## **15. Página legal o bandera**

### **Edición, Coordinación y Organización Damian Felipe Trejos Salazar**

#### **Nombres de las ponencias y las personas que las desarrollaron**

-El Panorama científico de la investigación en adopción tecnológica – Raimundo Cáceres Ramírez, Pedro Duque Hurtado, Magda Zarela Sepúlveda

-Technology and Marketing: patterns and trends research – Vannessa Montes Chaustre, Pedro Duque Hurtado, Magda Zarela Sepúlveda

- Estado De La Investigación Del Cooperativismo A Nivel Global – Walter Emilio Romero Carrillo, Jhon Antuny Pabón León

- Investigación en social media marketing, evolución y estado actual – Esteban Adolfo Gómez Carreño, Pedro Duque Hurtado, Magda Zarela Sepúlveda

- Responsabilidad Social empresarial; una investigación con enfoque Latinoamericano – Jonathan Osorio Mogollón, Johanna Magrovejo

- Comunicación organizacional: De la información del siglo XX a las tendencias del siglo XXI – Francisco Javier Clavijo Tapia, Pedro Duque Hurtado

- Principales enfoques de economía social y solidaria en el mundo – José David Giraldo Castellanos, Oscar Eduardo Meza Aguirre

- Responsabilidad social empresarial y Recursos Humanos, elementos centrales en la gestión de las empresas modernas – Katy Andrea Buitrago Trillos, Jhon Antuny Pabón León

- El marketing social y su papel dentro del desarrollo sostenible – Cristian Camilo Pérez Restrepo, Juan Carlos Chica Mesa

- Postulados y locuciones sobre el Teletrabajo – Sandra Milena Suárez, Valentina González, David Giraldo

- Revisión Bibliométrica de la relación Finanzas-Sostenibilidad – Damian Trejos, Oscar Hoyos, Pedro Duque Hurtado

- Marketing ecológico y desarrollo sostenible una mirada desde la teoría – Emmanuel Velasquez Grisales

- El marketing voz a voz como una red de escala libre – Sebastian Robledo, Andrés Mauricio Grisales Grajales

- Educación financiera en el siglo XXI – Damian Trejos, Daniel Esteban Arismendy Quintero