



***I CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES – CIANI 2015***

Bucaramanga, Colombia 14, 15 y 16 de Octubre de 2015

ISSN: 2463-0527

Publicado 30/10/2015

©2015

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, Colombia

## **Comité Congreso**

### **Presidencia del Congreso**

Jaime Enrique Sarmiento (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

### **Comité Científico**

José Luis Garcés Bautista (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Jaime Enrique Sarmiento (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Luis Francisco Solano Vargas (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Julio César Ramírez Montañez (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Gladys Elena Rueda Barrios (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Gladys Mireya Valera Cordoba (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Juan Pablo Pimiento (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Paola Martinez Higuera (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Diego Andrés Arenas Valdivieso (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Silvia María Castellanos Reyes (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Julio Enrique Gonzalez Ambrosio (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional Bucaramanga)

Helio Armando Fernández Aranda (Universidad Pontifica Bolivariana Seccional

Bucaramanga) Carmen Astrid Romero Baquero (Universidad Sergio Arboleda)

Henry Mauricio Diez Silva (Universidad de la Salle)

Alba Patricia Guzman (Universidad Nacional de Colombia)

Dora Luz Gonzalez-Bañales (Instituto Tecnológico de Durango, México)

Laszlo Vladimir Palotas Kelen (Docente Universidad Santo Tomas Bucaramanga)

Edgar Javier Gomez Parada ((Docente Universidad Santo Tomas Bucaramanga)

## TABLA DE CONTENIDO

1. MECANISMOS PARA LA DETERMINACIÓN DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO EN ESCENARIOS INTERNACIONALES. Edgar Javier Gómez
2. ANALYSIS OF COMPETITIVENESS AS A TOOL FOR GLOBAL MANAGEMENT IN MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (MYPIMES). José Luis Arévalo y José Sosa
3. EVOLUCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE EN SANTANDER 2000-2014. LOS RETOS DE LA GERENCIA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL. Estefani Prada, Pedro Vera, Duwang Prada , Gustavo Garcia
4. CULTURA Y TURISMO EN LOS PROCESOS DE PATRIMONIALIZACIÓN Y TURISTIFICACIÓN EN EL ESTADO DE MÉXICO: HACIA UN ESQUEMA DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA E INTELIGENCIA COMPETITIVA COMO GESTIÓN INNOVADORA DE SU CONOCIMIENTO. Marcelino Castillo , Elva Vargas
5. GESTIÓN AMBIENTAL: HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DE IMPACTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL. Carlos Labarcés, Ana Palacios , Stephanie Sierra
6. INFLUENCIA DE LA COMPETITIVIDAD EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESAS DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA. Gladys Valero, Manuel Rodenes, Gladys Rueda
7. DISEÑO DE UN MODELO PARA LA VALORACIÓN DEL DESEMPEÑO LOGÍSTICO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR CALZADO EN EL ESTADO DE GUANAJUATO. Patricia Villasana
8. NUEVO MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO BASADO EN LA TEORÍA DE POTENCIALIDADES DE DESARROLLO. Lilian Mendoza
9. ÉL ÉXITO EMPRESARIAL Y SU MEDICIÓN. Margarita Plata, Gladys Rueda, Manuel Rodenes
10. ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE VILLA MARÍA.(ARGENTINA). Nicolas Beltramino , Maria Cecilia Conci
11. DEL E-COMMERCE AL COMERCIO SOCIAL: LA INNOVACIÓN AL ALCANCE DE LAS ORGANIZACIONES. Alba Guzmán , Carlos Abreo

12. IMPORTANCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO APLICADO AL SECTOR DE CALZADO EN BUCARAMANGA. Cristian David Gutiérrez
13. SERVICIOS EMPRESARIALES INTENSIVOS EN CONOCIMIENTO: CASO COLOMBIANO. Anderson Parra.
14. HERRAMIENTAS PARA LA PROYECCIÓN DE ESCENARIOS EN ENTORNOS INTERNACIONALES INCIERTOS. Rafael Aita
15. TECHNICAL COOPERATION AS A TOOL TO THE COMERCIAL STRENGTHENING OF EXPORT COMPANIES IN DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO. María Cadrazco, Ana Moreno
16. LAS TECNOLOGÍAS, LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y CAMBIO DE ESTRUCTURAS EN LAS ORGANIZACIONES DE HOY Y DEL FUTURO. José Salamanca
17. ANÁLISIS DEL PROCESO EXPORTADOR DE LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE EN SANTANDER. Luis Francisco Solano
18. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO FINANCIERO: UN ESTUDIO DE LAS FIRMAS EXPORTADORAS COLOMBIANAS. Aquileo Camacho
19. SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA, ESTRATEGIA PARA IMPLEMENTACIÓN COMO HUB LOGÍSTICO. Catherine Valencia
20. MILA y el HFT. Jaime Enrique Sarmiento , Luis Suarez
21. DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA EL APOYO LOGÍSTICO DE OPERACIONES OFFSHORE EN COLOMBIA. Mónica Suarez, Esteban Felipe, Johandra Liseth , Luz Munevar
22. MODELO LOGÍSTICO PARA EL APOYO A LA PERFORACIÓN OFFSHORE COMO UN APORTE A LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR HIDROCARBUROS DE COLOMBIA. Monica Suarez, Juan Álvarez, Lina Amador , Luz Munevar
23. LA CADENA PRODUCTIVA GLOBAL Y LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN FULL PACKAGE Y FULL VALUE: UN APORTE DESDE LOS CONTRATOS. Ricardo Ariza , Wilson Nuncira
24. MODEL OF SUPPLY CHAIN UNDER THE EFFICIENT CONSUMER RESPONSE AND CATEGORY MANAGEMENT APPROACH. Diana Gómez

25. CASOS DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS NACIDAS GLOBALES. Jose Luis Garcés Bautista
26. DINAMICA EXPORTADORA Y COMERCIO INTRAREGIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER EN EL PERIODO 2006 – 2011. Julio Ramirez Montañez
27. PRÁCTICAS FINANCIERAS DESARROLLADAS POR LOS COMERCIANTES INFORMALES DE VÍVERES FRESCOS, DE LA PLAZA DE MERCADO LA CONCORDIA DE LA CIUDAD DE FLORENCIA-CAQUETÁ. John Jairo Beltran Chica
28. ¿SECTOR FINANCIERO RESPONSABLE? CARACTERIZACIÓN GENERAL Y RETOS ENTORNO AL FINANCIER GREEN MARKETING. Violeta Zuluaga
29. CRECIMIENTO ECONÓMICO Y FLUJOS DE EFECTIVO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN ANTIOQUIA, BOGOTÁ, CALDAS, CUNDINAMARCA, SANTANDER Y VALLE. Gabriel Escobar Arias
30. LAS INVERSIONES EXTRANJERAS DE IMPACTO COMO ALTERNATIVA AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE PAISES EN VÍAS DE DESARROLLO. Mauricio José Martínez Pérez - Orlando Contreras
31. MODELO ECONOMÉTRICO DEL IMPACTO DE LA TASA DE CAMBIO EN EL SECTOR EXPORTADOR DE SANTANDER, DÉCADA DE 2000. Helio Fernandez , Jose L. Garces
32. THE INTERNATIONAL COMMERCE OF THE PINEAPPLE: A FRAMEWORK OF COLOMBIA. Silvia Castellanos Reyes, Alejandro Villarraga.
33. CADENA DE SUMINISTRO DE LOS ALMACENES POR DEPARTAMENTO EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA (LA GUAJIRA). Iader Salazar, Kira Rodriguez, Keyris Valle, Yania Ascenio, Soraya Daza
34. INTERNATIONAL LOGISTIC PLAN OF AVOCADO OIL TOWARDS FRANCE'S MARKET. Eduardo Vásquez, Joordan Lázaro, Juan Maldonado
35. THE COCOA IN NORTE DE SANTANDER, OPPORTUNITIES AND CHALLENGES. Eduardo Vásquez, Joordan Lázaro, Juan Maldonado
36. GESTION TECNOLÓGICA EN LOS ALMACENES POR DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DE RIOHACHA. Marelis Alvarado, Nayely Gonzales, Ronald Gomez, Dayana Rios , Dayana Coronado
37. PLANIFICACION ESTRATEGICA COMO HERRAMIENTA PARA LA INNOVACION EN LAS PYMES DEL SECTOR TURISTICO. Lorena Gomez, Laura Olivella , Mahilin Matías

38. IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS DE LA ZONA FRANCA SANTANDER. Jesús López , Bryan Martínez
39. ANÁLISIS DEL CANVAS PARA EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISMO DE SANTANDER. Silvia Mendoza , Carolina Abaunza
40. LA COMPETITIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL PARA LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES: EVITANDO MALES ENTENDIDOS Y DESCONFIANZA. Guillermo Gibens
41. EL EMPRENDIMIENTO FACTOR DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING INTERNACIONAL. NAIR CANTILLO – Carlos Pedraza, Jorge Dávila
42. TURISMO DE SALUD EN LAS CLÍNICAS. Hugo Gaspar Hernandez Palma
43. MANAGING SALES TEAM DIFFERENCES TO MAXIMIZE RELATIONSHIP MARKETING. Janitza Ariza
44. IMPACTO DE LAS (TICS), EN EL TRABAJO EN EMPRESAS DE VILLA MARÍA Y LA REGIÓN, (2014-2015). Nicolas Beltramino , Juan Ingaramo
45. LA LOGÍSTICA EN LAS EMPRESAS DE SANTANDER UN PROBLEMA HACIA LA INTERNACIONALIZACIÓN. Diego Arenas
46. LAS POTENCIALIDADES DE COLOMBIA EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO: UN ANÁLISIS DESDE EL MODELO GRAVITACIONAL Y LA RELACIÓN COMERCIAL ENTRE 1971-2013. Cristian Ulloa
47. EL APORTE COLOMBIANO EN LA INNOVACIÓN SURAMERICANA. Jaime Enrique Sarmiento
48. GLOBALIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA: RECOMENDACIONES PARA ADMINISTRACIONES PÚBLICAS DESCENTRALIZADAS. Verena Lovich Villamizar , Camilo Cajamarca Azuero
49. ANÁLISIS DE LAS DISTANCIAS TANGIBLES E INTANGIBLES ENTRE COLOMBIA Y SUS SOCIOS COMERCIALES. Luis Miguel Bolivar Caro
50. DIVERSIFICACIÓN DE LA POLÍTICA EXTERIOR VÍA INSTITUCIONES INTERNACIONALES: LOGROS Y LÍMITES DEL GOBIERNO SANTOS. Laszlo Vladimir Palotas Kelen Ph.D.

51. LA COOPERACION DESCENTRALIZADA EN EL HERMANAMIENTO DE CIUDADES.  
Carmen Milagro Romero.
52. IDENTIFICATION OF POTENTIAL MARKETS FOR COLOMBIA IN THE COMMERCE WITH CARIBBEAN COUNTRIES. Humberto Sparano , Santiago Sarmiento
53. ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL ACUERDO COMERCIAL ALIANZA DEL PACÍFICO PARA EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN DE PASTO PARA EL AÑO 2015. David Esteban Enriquez Montero , Sandra Bolaños Delgado
54. LA VISION SISTEMICA EMPRESARIAL (VSE): UNA ALTERNATIVA PARA POTENCIAR LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS. Harvey Muralla , Martha Torres
55. LA CONQUISTA DE MERCADOS INTERNACIONALES: UN ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR DE CALL Y CONTACT CENTRES EN COLOMBIA. Andrés Bustos Torres
56. INFLUENCIA GEOPOLÍTICA DEL PETRÓLEO PARA LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS. Diego Romero , Tatiana Gómez
57. ANÁLISIS DE LA GEOPOLÍTICA DEL AGUA Y SUS IMPLICACIONES EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES DE LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA ALIANZA PACÍFICO. Marco Vásquez Méndez
58. ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING POR HOTELES DE 3 - 5 ESTRELLAS DEL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA. Ibeth Gutierrez , Daniela Díaz





## 1. MECANISMOS PARA LA DETERMINACIÓN DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO EN ESCENARIOS INTERNACIONALES

Edgar Javier Gómez Parada<sup>1</sup>

### RESUMEN

En esta ponencia se propone hacer una exposición de algunas herramientas para determinar la dinámica competitiva de sectores exportadores de Santander en algunos mercados internacionales. Partiendo de los indicadores de comercio exterior propuestos en la literatura por Duran, J. E. (2008), principalmente relacionados con balanza comercial relativa y ventajas comparativas, se muestran los ajustes necesarios para analizar la competitividad de sectores productivos de Santander en mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos. Se complementa además con dos propuestas desarrolladas para analizar la situación competitiva de algunos sectores productivos en mercados externos (caso calzado y palma de aceite). La primera con base en la dinámica del mercado y el desempeño de Santander en dicho mercado. La segunda haciendo un análisis integral del mercado donde se incluyen los competidores y productos sustitutos.

Se muestra el proceso de obtención de datos a partir de fuentes estadísticas y el procedimiento para realizar los cálculos de los índices y las valoraciones cualitativas a partir de los datos obtenidos.

---

<sup>1</sup> Universidad Santo Tomás Bucaramanga. [edjagomezp@yahoo.com](mailto:edjagomezp@yahoo.com)



Estas herramientas de análisis son producto de varios trabajos de investigación dentro de la línea de internacionalización de sectores productivos.

Palabras claves: Competitividad, Posicionamiento Competitivo. Situación Competitiva,

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 2. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD COMO HERRAMIENTA PARA LA GERENCIA GLOBAL EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

José Luis Arévalo Hernández<sup>2</sup>, José Hernando Sosa Márquez<sup>3</sup>

### ABSTRACT

The challenge for MIPYMES is to achieve linkage and permanence in the global value chains that govern the dynamics of markets, however, a clear strategic management problem is the limited knowledge of the local and global environment. This work develops an analytical framework to extend the connection of the local-global environment in the managerial vision, so that the goals of internationalization can be established from the referents of the competitive environment. This tool of visible management is named “Systemic Competitiveness Board” (TCS) and its structure integrates the props of measurement of the Global Competitiveness Index generated by the Economic World Forum, and the factors of the Managerial Competitiveness Map formulated by the Inter-American Bank of Development. Likewise, it features a Systemic Competitiveness Model of the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (CEPAL) as link of the internal and external competitive dynamics. The schema is configured first examining the indicators of each measuring instrument, then contextualize and relate pillars and factors with the macro, meso and micro model, using of the conceptual analysis

---

2 Profesor investigador Universidad Autónoma de Colombia; Grupo de investigación Observatorio de Asuntos Internacionales. Jlarevaloh2012@gmail.com.

3 Profesor investigador Universidad Autónoma de Colombia. Grupo de investigación Observatorio de Asuntos Internacionales. Josomar28@gmail.com



of the complex thought to determine the equivalent series of indicators that there must register the Board (TCS) to reflect the level of global competitiveness of the Mipyme.

Keywords: Systemic competitiveness, overall management, Mipymes, complex thought.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### 3. EVOLUCIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE EN SANTANDER 2000-2014: LOS RETOS DE LA GERENCIA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

Estefani Prada Villamizar<sup>4</sup>, Gustavo García Cediel<sup>5</sup>, Pedro Elías Vera Bautista<sup>6</sup> y Duwang Alexis Prada Marín<sup>7</sup>

#### RESUMEN

Este artículo se deriva de la actualización de uno de los componentes del trabajo de grado para optar al título de Magister en Administración de Estefani Prada titulado “Lineamientos de política pública para el fomento de la diversificación de las exportaciones Santandereanas en productos y destinos”.

<sup>4</sup> Magister en Administración de Empresas, Universidad Santo Tomas. Economista de la Universidad Industrial de Santander. Docente tiempo completo de la Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo, Uniciencia. Cra12 no37-14. Correo electrónico: [estefani.prada@unicienciabga.edu.co](mailto:estefani.prada@unicienciabga.edu.co)

<sup>5</sup> Candidato a doctor en dirección de empresas de la Universidad de Valencia. Magister en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana. Especialista en Finanzas con énfasis en Banca de Inversión de la Universidad Externado de Colombia. Economista de la Universidad Industrial de Santander. Docente tiempo completo Universidad Cooperativa de Colombia Seccional Bucaramanga calle 30ª No 33- 51. Email: [gustavo.garciac@campusucc.edu.co](mailto:gustavo.garciac@campusucc.edu.co)

<sup>6</sup> Magíster en Matemáticas de la Universidad Nacional Experimental del Táchira. Especialista en Gestión de Proyectos Informáticos de la Universidad de Pamplona. Licenciado en Matemáticas e Informática Educativa de la Universidad de Pamplona. Docente de planta de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga Kilometro 7 vía Piedecuesta. Email: [pedroelias.vera@upb.edu.co](mailto:pedroelias.vera@upb.edu.co)

<sup>7</sup> \*Magíster en Matemáticas de la Universidad Industrial de Santander. Especialista en Docencia Universitaria de la Universidad Industrial de Santander. Licenciado en Matemáticas de la Universidad Industrial de Santander. Docente de planta de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga Kilometro 7 vía Piedecuesta. Email: [duwang.prada@upb.edu.co](mailto:duwang.prada@upb.edu.co)



Este documento tuvo como objetivo analizar la evolución de la oferta exportadora de Santander durante el periodo 2000-2014 revisando los patrones de concentración o diversificación. Para ello utilizó como metodología el cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann por producto y destino. Los hallazgos encontrados establecen que la oferta exportable se ha concentrado en productos y diversificado en destinos por lo que las políticas públicas y estrategias gerenciales diseñadas para promover la diversificación de producto no han tenido los efectos esperados, haciendo necesario el diseño de nuevos lineamientos y estrategias para tal fin, lo que supone un importante reto tanto para la gerencia pública como para la de las empresas exportadoras del departamento. JEL:F1,F13,F14,F15

Palabras Clave: Internacionalización, comercio exterior, concentración exportadora, diversificación exportadora, crecimiento económico, índice Herfindahl-Hirschmann, gerencia internacional, estrategia.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

#### 4. CULTURA Y TURISMO EN LOS PROCESOS DE PATRIMONIALIZACIÓN Y TURISTIFICACIÓN EN EL ESTADO DE MÉXICO: HACIA UN ESQUEMA DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA E INTELIGENCIA COMPETITIVA COMO GESTIÓN INNOVADORA DE SU CONOCIMIENTO

Marcelino Castillo Nechar<sup>8</sup> y Elva Esther Vargas Martínez<sup>9</sup>

#### ABSTRACT

El turismo ha demostrado por años su gran capacidad y dinamismo para lograr un rápido crecimiento en el mundo, no obstante, su actividad hoy se encuentra en un momento crucial de su desarrollo, sobre todo porque el aspecto sociocultural emerge como un parteaguas que pone en entredicho la distribución equitativa de su rentabilidad y el logro de su competitividad. Los procesos de patrimonialización y turistificación, relativos a la cultura y el turismo en el Estado de México, se han orientado hacia modelos de comercialización tradicionales observables en políticas oficiales, pero también en acciones empresariales que cosifican su conocimiento y, por ende, su operatividad.

El estudio analiza los retos que varios patrimonios turístico-culturales tienen en el Estado de México, con respecto a la implementación tecnológica para su difusión y comercialización,

---

<sup>8</sup> Dr. en Ciencias Políticas y Sociales, adscrito al Centro de Investigación y Estudios Turísticos de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México. Email: [marcanec62@hotmail.com](mailto:marcanec62@hotmail.com)

<sup>9</sup> Dra. en Ciencias Ambientales, coordinadora del Centro de Investigación y Estudios Turísticos de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México. Email: [elvacolegio@hotmail.com](mailto:elvacolegio@hotmail.com)



demandando una reconfiguración de la gestión de su conocimiento en lo turístico-cultural para el mejoramiento de su competitividad.

La propuesta es un modelo de gestión cultural para los procesos de patrimonialización y turistificación centrados en investigación estratégica de la competitividad turístico-cultural de los patrimonios en cuestión.

Palabras clave: Patrimonialización, turistificación, Estado de México, implementación tecnológica.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 5. GESTIÓN AMBIENTAL: HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DE IMPACTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

Carlos Labarcés<sup>10</sup>, Ana Palacios<sup>11</sup> y Stephanie Sierra<sup>12</sup>

### ABSTRACT

At present, the Environmental care, the preservation of same one and the protection of the natural resources represent some of the major challenges of the society. We unroll ourselves in a period of big changes that demand transcendental shares, it is for it that the organizations and companies must improve its processes and change to the same pace to keep up. Our reality reflects the form as like we act and doing business, for such a reason, there is placed in manifest the need to create a balance between the sustainability and the profitability, which impact directly to the environment, the companies and to the society itself. In this sense, the development and implementation of strategic environmental management is necessary, which is constituted like a tool of great impact in the international market in so far as that allows the sustainability and long-term economic performance avoiding behaviors short-term socially or environmentally harmful (Porter & Kramer, 2006). Hillary in 2004 refers to this as the set of environmental practices and the extent that the same are developed and are consistent with each other

<sup>10</sup> Director del Programa de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena. Director del Semillero de Investigación Planeación Estratégica y Competitividad. [clabarces@hotmail.com](mailto:clabarces@hotmail.com)

<sup>11</sup> Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena. Semillero de Investigación Planeación Estratégica y Competitividad. [anapalacioslobera@gmail.com](mailto:anapalacioslobera@gmail.com)

<sup>12</sup> Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena Semillero de Investigación Planeación Estratégica y Competitividad. [stesiva95@gmail.com](mailto:stesiva95@gmail.com)



(Aragon-Correa, 1998, Hart, 1995, Sharma, & Vrendenburg, 1998 cited by (Ortiz -Martinez, 2011). Moreover, its implementation produces both internal and external benefits, the first are the organizational, financial and people benefits and the latter are related to commercial, environmental and communication benefits. On the other hand, consumers increasingly become aware of the current environmental problems it is for it that they demand companies to show greater concern for these issues, regardless of their size (Ferenhof, Vignochi, Selig, Lezana, & Campos, 2014)

Key word: Environmental management, competitive advantage, sustainability, environmental practices, environmental management system

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 6. INFLUENCIA DE LA COMPETITIVIDAD EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESAS DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA.

Gladys Valero<sup>13</sup>, Manuel Rodenes<sup>14</sup>, Gladys Rueda<sup>15</sup>

### RESUMEN

La globalización en sí, es un proceso que se ha venido dando a nivel mundial, para Colombia este no es ajeno, a través de las políticas nacionales, se visualiza a nuestro país como uno de los tres países más competitivos de Latino América al año 2032. Desde el departamento Santander (Colombia) y específicamente para la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, el nuevo panorama mundial, es reflejo de la importancia que los Negocios Internacionales tienen en el desarrollo económico y social de los países y las regiones. Por tanto incrementar la participación de las empresas en los mercados mundiales es una necesidad apremiante. Para ello la presente investigación como avance de tesis doctoral se enmarca como una revisión teórica, con el propósito de atender dicha necesidad

Palabras clave: Competitividad, Innovación, Internacionalización, Exportaciones, Inserción.

<sup>13</sup> 1Grupo de Investigación en Contextos para la Admón. de Negocios Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, [gladys.valero@upb.edu.co](mailto:gladys.valero@upb.edu.co)

<sup>14</sup> Grupo de Investigación ITIO, Universidad Politécnica de Valencia, [mrodenes2@gmail.com](mailto:mrodenes2@gmail.com)

<sup>15</sup> 3Grupo de Investigación en Administración, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, [gladys.rueda@upb.edu.co](mailto:gladys.rueda@upb.edu.co)



## 7. DISEÑO DE UN MODELO PARA LA VALORACIÓN DEL DESEMPEÑO LOGÍSTICO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR CALZADO EN EL ESTADO DE GUANAJUATO.

Patricia Villasana<sup>16</sup>

### RESUMEN

En México el tema del desempeño logístico empresarial ha cobrado relevancia en la última década, sin embargo, la pequeña empresa está poco representada en los estudios realizados sobre el tema, a pesar de integrar en las MiPyMEs la mayor parte del tejido empresarial mexicano. Las pequeñas empresas que han considerado incorporar en su gestión a la administración logística enfrentan retos ante modelos que han sido pensados para la gran empresa, que consideran resultan ajenos a sus estructuras de operación, son de alto costo, son difíciles de aplicar y/o presentan propuestas que por lo general no se pueden implementar dadas sus limitaciones en formación y recursos económicos. Adicionalmente, 65% de las empresas en México son de carácter familiar, y esto afecta las decisiones de los directivos, lo cual no suele reflejarse en los modelos de valoración del desempeño logístico centrados en indicadores. En el caso del sector calzado en Guanajuato, las buenas prácticas logísticas no son un estándar, las relaciones familiares y de amistad pesan mucho en el ámbito organizacional y económico y no hay evidencia de que, fuera de las grandes empresas, se estén llevando a cabo valoraciones del desempeño logístico para implementar mejoras, es importante verificar la relación que hay entre elementos organizacionales y el desempeño logístico, así como

<sup>16</sup> Patricia Villasana Ramos / Universidad De La Salle Bajío AC / [pvillasana@delasalle.edu.mx](mailto:pvillasana@delasalle.edu.mx)





establecer la problemática que la pequeña empresa de calzado en Guanajuato ha enfrentado en la valoración bajo los modelos existentes, para así diseñar un modelo para la valoración del desempeño logístico que les resulte pertinente y asequible en términos de costos, tiempos y perspectiva, incluyendo el impacto de los factores organizacionales, y que les permita identificar con claridad sus áreas de oportunidad.

Palabras clave: Pequeña empresa, desempeño logístico, modelo

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 8. NUEVO MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO BASADO EN LA TEORÍA DE POTENCIALIDADES DE DESARROLLO

Lilian Mendoza.<sup>17</sup>

### RESUMEN

Se presenta una ponencia la cual es el resultado de la tesis de investigación del Doctorado en Ciencias Económicas y Administrativas que adelanta la autora. Se presenta un nuevo modelo de direccionamiento estratégico, con el cual se evalúa la gestión del sector turístico de la ciudad de Barranquilla, mediante la creación, desarrollo e implementación de un nuevo Cuadro de Mando Integral, basado en la Teoría de Potencialidades de Desarrollo, con el objeto de facilitar la aplicación sistémica del mismo en este sector. El tipo de investigación es mixta debido a que se tienen en cuenta en igual grado de importancia tanto los aspectos cuantitativos como los cualitativos del modelo. La investigación es descriptiva y el método es el dialógico, el cual es el utilizado en la Teoría de Potencialidades de Desarrollo. Se tienen en cuenta dos macro variables: las propias del Balanced Scorecard tradicional que son las perspectivas: financieras, clientes, talento humano y procesos internos y las de la teoría de potencialidades de desarrollo que son: necesidades, capacidades, acciones, oportunidades y logros. La muestra está constituida por los hoteles de cuatro y cinco estrellas de la ciudad de Barranquilla. Se ofrece un modelo de direccionamiento estratégico que permite valorar la gestión estratégica, tanto de forma cuantitativa como cualitativa, teniendo en cuenta un enfoque sistémico para las

<sup>17</sup> Docente, Universidad Libre de Barranquilla, [liliamen12@yahoo.com](mailto:liliamen12@yahoo.com)



organizaciones en general, aunque para el caso específico, se trabaja inicialmente con el sector turístico de la ciudad de Barranquilla.

Palabras Clave: BSC, Direccionamiento estratégico, Potencialidades, Desarrollo.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 9. EL ÉXITO EMPRESARIAL Y SU MEDICIÓN<sup>18</sup>

Margarita María Plata Durán<sup>19</sup>, Manuel Rodenes Ada<sup>20</sup>, Gladys Elena Rueda Barrios<sup>21</sup>

### RESUMEN

According to Schumpeter (1934), companies promote the economic development of the countries and therefore the importance of studying organizational performance, which has been linked concurrently with the success of businesses, and this in turn measured by results obtained on objective (quantitative) and subjective indicators (qualitative). Today, globalization facing businesses survive competition and those who have been able to demonstrate their strengths to market control weaknesses and knowing in advance the performance of your competition. Scientific evidence addressed in this work shows the consensus of literature that have guided measuring the success of organizations as a reflection of business management in a time horizon, being relevant studies whose approaches consider quantitative measurements of success, given allowing companies to locate in a position to objectively measure or quantitatively

<sup>18</sup> Este artículo hace parte del proyecto de investigación “Relación entre el perfil y estilo de liderazgo del gerente con el éxito empresarial. Aplicación a empresas de la Comunidad Valenciana (España) y el Área Metropolitana de Bucaramanga (Colombia)”

<sup>19</sup> Ingeniera Industrial, Candidata a Doctora Universidad Politécnica de Valencia, Magister en Ingeniería Industrial, Especialista en Gerencia de la Universidad Pontificia Bolivariana, Especialista en Diseño de Soluciones Financieras de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Docente de Planta en la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga.

<sup>20</sup> Doctor Ingeniero Industrial. Profesor catedrático de Organización de empresas en la Universidad Politécnica de Valencia (España)

<sup>21</sup> Doctora Integración de TI en las organizaciones, Grupo de Investigación en Administración GIA, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Colombia.

gladys.rueda@upb.edu.co





the success of a company. Similarly, these measurements have been addressed mostly from a financial point of view. As results are evidence that some authors advocate measuring success from the increased sales, others through net income and also when comparing indicators such as profitability and debt positions and cash flow defend, among others.

Keywords: Business success, business success measures, performance factors, globalization.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 10. ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE VILLA MARÍA. (ARGENTINA)

Mgter. Nicolás S. Beltramino<sup>22</sup>, Esp. Cra. María Cecilia Conci<sup>23</sup>, Esp. Cr. Juan M. Ingaramo<sup>24</sup>

---

### RESUMEN

En el presente trabajo se realiza un estudio de la realidad de las estrategias y estructuras utilizadas por las pymes exportadoras de la región mencionada mediante el cuestionario base desarrollado por la FAEDPYME. El estudio pretende determinar las características competitivas que poseen las empresas, en cuanto a sus estrategias competitivas y sus estructuras organizacionales, para ser competitivas en el contexto internacional y a su vez compararlas con sus pares de Iberoamérica, debido a que se toma como base el cuestionario utilizado por FAEDPYME, tratando de establecer aquellas variables en las cuales las empresas analizadas pueden tener diferenciales favorables con respecto a sus colegas Iberoamericanas.

Palabras Claves: Pymes Exportadoras Estrategias Competitividad

---

<sup>22</sup> Mgter. Nicolás S. Beltramino Profesor Asociado UNVM. Villa María- Córdoba Argentina TE +54 351 4566294 e-MAIL: nico\_beltra@hotmail.com

<sup>23</sup> Profesor Adjunto UNVM. Villa María- Córdoba Argentina TE +54 353 4539100 e-MAIL: [concitamagno@arnet.com](mailto:concitamagno@arnet.com)

<sup>24</sup> Profesor Adjunto UNVM. Villa María- Córdoba Argentina TE +54 351 4244789 e-MAIL: [iscecontabilidad@hotmail.com](mailto:iscecontabilidad@hotmail.com)



## 11. FROM E-COMMERCE TO S-COMMERCE: INNOVATION WITHIN REACH OF ORGANIZATIONS

Alba Patricia Guzmán<sup>25</sup>, Carlos Abreo<sup>26</sup>

### ABSTRACT

The Information and Communications Technology have facilitated the development of new mechanisms of competitiveness for businesses. Organizations perceive electronic commerce or e-commerce, as a mechanism to reach their stakeholders directly, facilitating the success of the transaction and from anywhere in the world (Guzman, Gil & Carot, 2013). It is a fact that this marketing strategy offers benefits to organizations- efficiency in the management of costs and expenses, use of technology, loyalty of clients- and for costumers- ease access to products or services (Archer & Yuan 2002), collaborative transactions and obtain advice from people you trust (Liang and Turban, 2011). On the other hand, the different tools of Social Web-networks, wikis, collaboration tools, blogs, etc., involve the internet connection between users, which requires organizations to adopt these mechanisms to reach their stakeholders. The objective of this article is to establish how organizations have adopted this strategy to improve efficiency in the marketing of their products and services, showing that to reach their stakeholders they should orient their strategies towards inclusion of the community, from the participation and interaction that is generated with the organization in social internet media, where Facebook is the most used social network for e-commerce. Finally, it is found that e-commerce has

<sup>25</sup> Docente Unidades Tecnológicas de Santander, [albapatrig@gmail.com](mailto:albapatrig@gmail.com),

<sup>26</sup> Docente Universidad Autónoma de Bucaramanga, [cabreo@unab.edu.co](mailto:cabreo@unab.edu.co)



surpassed the simple fact of internet marketing, moving up the social commerce or s-commerce, a horizon which includes the user community and the Internet user as a participant in the processes related to marketing through social networks. Keywords: Telework, Social Web, Competitiveness, Organizations, Social Commerce.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 12. IMPORTANCE OF E-COMMERCE APPLIED TO FOOTWEAR SECTOR IN BUCARAMANGA

Cristian David Gutiérrez Rojas<sup>27</sup>

### ABSTRACT

In this article you will learn how to introduce electronic commerce (e-commerce) on footwear specifically in Bucaramanga can become a competitive advantage nationally, which can be the input channel in the global market sector. Currently, the leather goods sector requires specialized care, given that the region is one of the most representative and promoters of the economy (Navas, Díaz & Rojas, 2014). The e-commerce is a phenomenon that has been revolutionizing the way we do business, in which Colombian companies have strong intention of implementing the perception of its benefits, but about literature on e-commerce in Colombia there are large gaps some research and development (Mesías & Giraldo, 2011). Furthermore, the benefits that information and communications technology (ICT) in conjunction with e-commerce will be highlighted can offer to the footwear sector, facilitating the process to market their products, eliminating middlemen, expand the range of suppliers and customers, removing physical barriers, simplifying communication between providers, companies and clients, among others (Guzmán, Gil & Carot, 2013).

Keywords: Bucaramanga, Development, E-commerce, Footwear, Information and communications Technology (ICT)

---

<sup>27</sup> Administrador de Empresas y Especialista en Gestión Estratégica de Marketing. Email: Cgutierrez79@unab.edu.co

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### 13. SERVICIOS EMPRESARIALES INTENSIVOS EN CONOCIMIENTO: CASO COLOMBIANO

Andersson S. Parra Castillo<sup>28</sup>

#### ABSTRACT

The proposal of this research is to characterize the Knowledge-Intensive Business Services - SEIC, their relationship to business innovation, main countries that grouped these companies worldwide, it seeks to confirm the existence of Colombian companies associated with SEIC and its orientation towards internationalization. SEIC have had great effect on the competitiveness of the developed economies due to its role in research and development (R & D), design technologies and demand for specialized an expert professionals with higher education , allowing SEIC to be generators and carriers of information and innovation in the new "knowledge economy". The methodology used in this research includes analysis of the available literature, main authors and empirical evidence from different countries. In Colombian case were selected as study source sub-sectors like: market research, business analytics and telemedicine in Bogota, Medellin and Cali. It was made a collection of statistics (period 2006-2013), also was conducted a standardized interview to CEO's and analysis for each selected Subsector. As a result, it was found Colombian SEIC with important business development in the country, with dedication to innovation, the need for highly specialized staff even higher than other industries, besides these enterprises have destined an annual percentage for (R & D) and have exported

<sup>28</sup> Candidato a Magíster en Comercio Internacional, Universidad Sergio Arboleda, PRIME Business School | Semillero CARPE DIEM - EIAM Consultor en Comercio Internacional de Servicios en i-Trade Services S.A.S



services to several markets. Colombia's SEIC are SME's mainly, however they can generate significant incomes from local and foreign markets, showing competitive advantages due to its culture of innovation, technology and methodologies for the production and quality of knowledge intensive services. With demand for highly qualified personnel, it can be promote education at the graduate level, carving out a workforce highly qualified to attract foreign investment in science, technology and innovation in the future and likewise boost entrepreneurship with based on knowledge intensive to strengthen the country's competitiveness.

Keywords: Knowledge Intensive Business Services, services economy, innovation services, services exports, internationalization.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 14. HERRAMIENTAS PARA LA PROYECCIÓN DE ESCENARIOS EN ENTORNOS INTERNACIONALES INCIERTOS

Rafael Aita<sup>29</sup>

### ABSTRACT

The design of an international strategy must arise out of the planning of the global environment. This planning has found as the main obstacle volatile environmental conditions, due to growing uncertainty. This research aims to provide tools for planning and project scenarios in an uncertain, dynamic and turbulent environment for designing international strategies that adapt more flexibly to changes in the environment.

Key Words: International strategy, turbulence, uncertainty

<sup>29</sup> Docente Universidad de Lima, Perú, [rafaelarg@gmail.com](mailto:rafaelarg@gmail.com)



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 15. TECHNICAL COOPERATION AS A TOOL TO THE COMERCIAL STRENGTHENING OF EXPORT COMPANIES IN DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO

María Isabel Cadrazco Saavedra<sup>30</sup> Ana Virginia Moreno Charris<sup>31</sup>

### ABSTRACT

International Cooperation for development has been designed since the 50s, when was born as a consolidation tool for the relations among International System actors through the practice and the develop of strategies about governance, social cohesion, economic and social development, among others, making of International Cooperation for development a part of what is call “Soft Diplomacy” in International Relations. Meanwhile, Technical Cooperation is focus on the expertise and management exchange, to increase institutions and people capacities to promote their own development. In Colombia, in the Departamento del Atlántico specifically, this kind of cooperation is unknown to the society, and for this reason, export companies from this place have not realized how important would be it to exploit their capabilities. In the develop of this research a first approach is make about International Cooperation in the Departamento del Atlántico and an analysis of Technical Cooperation as a tool to the commercial strengthening of export SME (small and medium-sized enterprises) in the same Colombian region.

Key Words: International Cooperation, Technical Cooperation, SME, Exports.

<sup>1</sup> Docente de Tiempo Completo Investigador - Grupo de Investigación Visión Global - Corporación Universidad de la Costa CUC. [mcadrazc1@cuc.edu.co](mailto:mcadrazc1@cuc.edu.co)

<sup>31</sup> Joven Investigador Colciencias - Grupo de Investigación Visión Global - Corporación Universidad de la Costa CUC. [amoreno14@cuc.edu.co](mailto:amoreno14@cuc.edu.co)

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 16. TECHNOLOGY, KNOWLEDGE MANAGEMENT AND STRUCTURAL CHANGE IN ORGANIZATIONS OF TODAY AND TOMORROW

Jose Ovidio Salamanca López<sup>32</sup>

### ABSTRACT

This research is developing at this stage determines about knowledge management as PYMES in Bogota and Cundinamarca Sabana Center, as are engaging with technology and how are you will provide support to ensure that they remain in the market and can compete in local, national and international markets, allowing their development, growth and sustainability. But in turn must find management strategies on how to implement technologies and especially a culture of participation, collaboration, construction and assembly support, and how to achieve trust and delegate responsibilities to its employees, generating ownership and love for the organization.

**KEYWORDS** Knowledge, knowledge management, information management, intelligent technologies, structures.

---

<sup>32</sup> Ingeniero de Sistemas. MBA en Finanzas Corporativas. DOCENTE INVESTIGADOR FUNDACIÓN UNIVERSITARIA AGRARIA DE COLOMBIA. BOGOTÁ. [jsalamanca@uniagraria.edu.co](mailto:jsalamanca@uniagraria.edu.co); [jsalamanca23@gmail.com](mailto:jsalamanca23@gmail.com) Tel.3007807006 - 3108591472 Estado de la investigación: No finalizada, en desarrollo.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 17. ANALYSIS OF THE EXPORT PROCESS IN THE SOFTWARE INDUSTRY OF SANTANDER

Luis Francisco Solano Vargas<sup>33</sup>

### ABSTRACT

The field of services is of great prospects for Colombia by the impacts of Internet development, improvements in communication technology and falling costs of international transport. Moreover, the achievements in this area create a beneficial environment for improving competitiveness, have deep local development, create jobs and increase exports. In order to encourage manufacturers to export software we must first understand the variables involved in the decision making process of whether to undertake export activities or not. Knowledge of this profile would allow manufacturers and those responsible for central policy determine at what stage of the process of decision making they would be more responsive to export, and on the other hand, more responsible in proposing export incentives.

Key words: Competitiveness, software manufacturers, exporting profile, information technologies

---

<sup>4</sup> M.Sc. en Estudios Internacionales, Universidad de Montreal – Canadá, en curso; D.E.P en Contabilidad financiera, Bois-de-Boulogne College, Montreal – Canadá. [Luis.vargas@upb.edu.co](mailto:Luis.vargas@upb.edu.co)



## 18. FINANCIAL PERFORMANCE EVALUATION: STUDY OF COLOMBIAN EXPORT COMPANIES

Aquileo Camacho Vargas<sup>34</sup> , Juan Gabriel Vanegas Lopez <sup>35</sup>

### ABSTRACT

The purpose of this paper is to present the results of the evaluation of the financial performance of the Colombian export companies in the period between 2007 and 2014. To do this, companies that reported financial information in the information system and business risk were used (SIREM) of the Superintendency of Companies and was contrasted with those who reported exports to Directorate of National Taxes and Customs (DIAN). For analysis of the firms they were classified according to their geographical, carrying out an evaluation department. The results show that the capital of Colombia accounts for nearly half of the exporting firms, followed by the department of Antioquia where small and medium enterprises (SMEs) are heavily involved in exports.

Key words: Financial analysis, financial indicators, financial performance, Colombia

<sup>34</sup>Aquileo Camacho Vargas. Profesional en Administración Financiera. Joven Investigador. Grupo de Investigación Research and Enterprise Development (RED). Tecnológico de Antioquia I.U. [aquileocamachov@gmail.com](mailto:aquileocamachov@gmail.com)

<sup>35</sup> Juan Gabriel Vanegas López. MSc. - Docente de Planta de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Grupo de Investigación Research and Enterprise Development (RED). Tecnológico de Antioquia I.U. [Jg.tecnologico@gmail.com](mailto:Jg.tecnologico@gmail.com)



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 19. REGIONAL PORT SOCIETY OF BUENAVENTURA, STRATEGIES FOR IMPLEMENTATION AND LOGISTICS HUB

Carlos Andrés Pinzón Muñoz - Catherine Valencia González<sup>36</sup>

### ABSTRACT

In a globalized competitive environment and logistics plays an important economic development of a country factor supporting the business and in turn devising new business opportunities, therefore, countries implement strategies to strengthen these aspects, generating greater productivity, that same vision is Colombian state, specifically with the Buenaventura Hub Logistic 3 regional port of Buenaventura society as it is in an exceptional geographic location and a chance to set logistics hub. Among the main problems highlighted in the port of Buenaventura is the lack of infrastructure, security, cargo turnover, reliability, among others. This work raises problem as a question: What strategies would have to implement the Regional Port Society of Buenaventura to position itself as a logistics hub? The variables under study are: roads, port infrastructure and services, extended in each of the internal chapters, which respond specific research objectives. The work is developed from the theoretical perspective of Michel Porter in the value chain, aimed at internal logistics associated with productive activity in the Regional Port Society of Buenaventura. External logistics, with respect to the International Physical distribution (DFI) in moving cargo between the ports of Buenaventura and Callao. With regard to services in supporting the supply chain. The methodology with which the research is conducted has a qualitative approach, correlational scope, through case study: Callao Port

---

<sup>7</sup>Universitaria Agustiniiana - Uniagustiniana



Terminal in Peru. The work sheds conclusions are optimal strategies for their potential to Colombia as a leader in logistics and port services in the Latin American Pacific Basin country.

Key words: external logistics, Hub, internal logistics, port competitiveness.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 20. INCIDENCE OF HFT IN THE MILA STOCK MARKET

Jaime Enrique Sarmiento Suárez<sup>37</sup> , Luis Eduardo Suarez<sup>38</sup>

### ABSTRACT

America, the second largest market capitalization and third by trading volume, It arises as main objective to analyze the potential impact of technological advances in the market MILA, particularly those related to the use of High Frequency Trading - HFT, given its important role in global financial markets. The trading pursue different purposes, among which may be mentioned being able to access new markets, and investors have plurality of possibilities for diversification among others, so as to enable process efficiency and better balance the risk - return, thus it should be geared to the use of Article HFT in the MILA market, allowing a glimpse of risks, benefits and regulation in this market.

Keywords: HFT, MILA, stock market, trading, market capitalization, risk - return

<sup>37</sup> Magister en Administración, Docente UPB – [jaime.sarmientos@upb.edu.co](mailto:jaime.sarmientos@upb.edu.co)

<sup>38</sup> Magister en Administración, Docente UPB – [luis.suarez@upb.edu.co](mailto:luis.suarez@upb.edu.co)

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 21. A SYSTEM DESIGN OF INFORMATION MANAGEMENT FOR OFFSHORE LOGISTICS SUPPORT OPERATIONS IN COLOMBIA

Mónica Yinette Suarez Serrano<sup>39</sup> – Luz Dary Munevar<sup>40</sup> – Johandra Lizeth Gonzalez Ramirez<sup>41</sup> – Esteban Felipe Gonzalez Amado<sup>42</sup> Grupo de Investigación en Nuevas Tecnologías de perforación Grupo de Investigación Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial CINDE Universidad de América

### ABSTRACT

This research aims to describe the process for designing a system of information management that would support offshore operations in Colombia, based on an assessment of theoretical, conceptual, historical and normative bases, as well as a definition of cases prioritized by analytical techniques and experiences of engineers consulted experts in logistics areas for offshore operations worldwide, which allow to identify gaps in the flow of information from which a value chain for transmission and creating a defined flow process in which not only information but also materials matters, in order to supply an offshore platform from a supply base, fulfilling internal supply management. The designed management system keeps the flow of information between the offshore platform and supply base in the request for an injunction and from this again to the platform to meet the supply, allowing recording and storing information and a quality

<sup>39</sup> Docente Investigadora Universidad de América Email. [monica.suarez@profesores.uamerica.edu.co](mailto:monica.suarez@profesores.uamerica.edu.co)

<sup>40</sup> Líder de Logística Operaciones offshore, Ecopetrol [luzdary.munevar@ecopetrol.com.co](mailto:luzdary.munevar@ecopetrol.com.co)

<sup>41</sup> Estudiante de Ingeniería Industrial Universidad de América [johandra.gonzalez@estudiantes.uamerica.edu.co](mailto:johandra.gonzalez@estudiantes.uamerica.edu.co)

<sup>42</sup> Estudiante de Ingeniería Industrial Universidad de América [estebanfelipe1991@hotmail.com](mailto:estebanfelipe1991@hotmail.com)





and safe flow profiles by confidentiality, this modeling was performed using the Microsoft Office suite.

Key words: Supply Chain, Logistics, Offshore Drilling, System Information Management.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 22. MODELO LOGÍSTICO PARA EL APOYO A LA PERFORACIÓN OFFSHORE COMO UN APOORTE A LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR HIDROCARBUROS DE COLOMBIA

Mónica Yinette Suárez Serrano<sup>43</sup>.

### RESUMEN

Una de las estrategias de internacionalización es una adecuada gestión de las operaciones logísticas ya que esta conlleva a maximizar el aprovechamiento de las ventajas competitivas de las organizaciones o sectores productivos. A si mismo, porque se visualiza una oportunidad de adquirir nuevos conocimientos, nuevas tecnologías, reducción de costos y manejo de inventarios. En este sentido el objetivo principal de esta investigación es diseñar un modelo logístico para el apoyo a la perforación offshore como un referente para la industria colombiana en la toma de decisiones logísticas en los proyectos de extracción de gas o petróleo costa afuera. 2 La construcción del modelo se realizó a partir de la identificación de las causas de las fallas logísticas presentadas en algunas experiencias a nivel internacional y nacional, mediante la revisión de fuentes secundarias y con una validación a través de entrevistas aplicadas a expertos que referenciaron para ello, sus experiencias en operaciones offshore, como la plataforma Gyda ubicada en Noruega con la operadora Talismán, el pozo Mapalé-1 en Colombia con la operadora Equion, trabajo en el equipo de respuesta a emergencias de Macondo en la perforación de pozo en el Golfo de México con la operadora British Petroleum y apoyo a actividades logísticas y de respuesta a emergencias de plataformas marinas en

<sup>43</sup> Docente Investigadora Universidad de América [monica.suarez@profesores.uamerica.edu.co](mailto:monica.suarez@profesores.uamerica.edu.co)



Colombia de las operadoras Equion y Petrobras. La presente investigación se delimita a la configuración upstream de la cadena de suministro, puntualmente en la etapa de perforación, por tanto se entiende como cliente final la plataforma o unidad de perforación. Como resultado se obtiene la construcción del modelo con sus niveles de desagregación, su operatividad incluyendo una red de decisiones y el uso de programación lineal para hacer una aproximación para la simulación del comportamiento de los costos de la implementación de la herramienta.

**Palabras claves.** Internacionalización, Modelo Logístico, Perforación Offshore.

#### **ABSTRACT:**

One of the strategies of internationalization is the proper management of logistics operations cause this leads to maximize the use of the competitive advantages of the organizations or productive sectors. Also, because there is an opportunity to acquire new knowledge, new technology, cost reduction and inventory management. This is why the main objective of this investigation is to design a logistic model to support offshore drilling as a benchmark for the Colombian industry on the take on logistical decisions on extraction projects the oil or gas offshore. 3 The construction of the model was based on the identification of the causes of logistical failures in some experiences presented at international and national level through the review of secondary sources and with a validation through interviews applied to experts, they reference their experience in offshore operations such as Gyda platform in Norway with the operator Talisman, Mapalé-1 well in Colombia with Equion operator, the work in the emergency response team of Macondo in well drilling in the Gulf of Mexico with the British Petroleum operator and the support to logistical activities and of offshore emergency response in Colombia of operators Petrobras and Equion. This investigation is focused to the configuration supply chain upstream, specifically in the drilling, this is why here it is understood as the final customer,



the platform or drilling unit. The result was the construction of the model with its levels of disaggregation, its operation includes a decisions network and the use of linear programming for making an approach for simulate the costs behavior in the implementation of the tool.

**Keywords.** Internationalization, Model Logistics, Offshore Drilling.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 23. LA CADENA PRODUCTIVA GLOBAL Y LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN FULL PACKAGE Y FULL VALUE: UN APORTE DESDE LOS CONTRATOS.

Ricardo Ariza<sup>44</sup> y Wilson Nuncira<sup>45</sup>

### RESUMEN:

Esta ponencia presenta como en el actual contexto del comercio internacional donde la competitividad entre los mercados requiere nuevas formas de producción y comercialización siendo el full package surge como una manera de producir mediante la conformación de cadenas globales de valor, involucra una conformación de estrategias empresariales a nivel micro donde los contratos se tornan no solo como simples instrumentos obligacionales sino como parte de un sistema por medio de redes contractuales entre los participantes.

**Palabras Claves:** Cadena Productiva Global, full package y full value, redes contractuales.

### ABSTRACT:

This paper presents as in the current context of international trade where competition between markets requires new ways of producing and marketing the full package being emerges as a

<sup>44</sup> Abogado, especialista en Derecho Administrativo, Magistrante en Derecho de la Universidad Nacional de Colombia, cursando actualmente Maestría en Tributación Internacional Comercio Exterior y Aduanas en la Universidad Externado de Colombia. Docente de Tiempo Completo del Programa de Negocios Internacionales de la Universitaria Agustiniana, a cargo de las materias de Derecho Internacional y Contratación Internacional.

<sup>45</sup> Economista, Master en Negocios Internacionales de la Universidad de Quebec. Docente de Tiempo Completo del Programa de Negocios Internacionales de la Universitaria Agustiniana.





way to produce through the formation of global value chains, it involves forming business strategies micro level where contracts become not just as simple Debenture but as part of a system of contractual instruments through networking among participants.

**Keywords:** Global Productive Chain, full package and full value, contractual networks.



## 24. MODEL OF SUPPLY CHAIN UNDER THE EFFICIENT CONSUMER RESPONSE AND CATEGORY MANAGEMENT APPROACH.

Diana Gómez<sup>46</sup>

### RESUMEN:

El objetivo del paper es proponer un modelo de abastecimiento en la gestión de compras para cubrir las necesidades de aprovisionamiento general que requiere cualquier corporación. La pregunta de investigación que da origen al artículo es ¿Las empresas actualmente cuentan con un modelo específico de abastecimiento que permita gestionar integralmente la cadena de suministros? La metodología utilizada, se deriva del enfoque que proporcionan los métodos de Efficient Consumer Response y Category Management dónde se genera una codependencia de ambas, para integrarlas y generar niveles óptimos de abastecimiento. Estas metodologías permiten entender al consumidor como pieza clave en la asignación de recursos y la mejora en el aprovisionamiento. Los principales hallazgos muestran que el modelo de Gestión por Categorías es un modelo novedoso con el cual se pretende obtener resultados espectaculares y agregación de valor para las empresas que lo implementan. Actualmente muchas compañías internacionales testimonian sus beneficios y confirman la funcionalidad del modelo. En los casos de las empresas latinoamericanas no se debe caer en el error de copiar el modelo, más bien se debe tomar lo mejor del modelo para su implementación y generar adaptación a la empresa según sus usos, costumbres e idiosincrasia. La escasa fuente de suministro que genera

<sup>46</sup> Docente de Tiempo Completo Institución Universitaria de Envigado, Grupo GICE, correo electrónico: [dlgomez@correo.iue.edu.co](mailto:dlgomez@correo.iue.edu.co)



dependencia y riesgos en la operación. La implementación de los modelos puede ser aprovechada por empresas de diferentes sectores, para alcanzar eficiencia en el abastecimiento de insumos de orden industrial y compra de materias primas.

**Palabras claves:** Aprovisionamiento, Consumer Management, Efficient Consumer Response, Gestión de abastecimiento.

#### **ABSTRACT:**

The objective of this paper is to present a model of supply chain in the enterprises procurement processes in order to cover the needs that any corporation requires. The investigation problem that originates the article is: Do companies have a specific model of procurement that permits to manage in an efficient and integral way the supply chain? The methodology derivate from the Methods of Efficient Consumer Response and Category Management where is generated a codependence of both, in order to integrate and generate optimal supply levels. These methodologies permit to understand the customer as a key role in the assignment of resources and the improvement of the procurement systems. The main findings show that the management model by categories is an innovative model in which is pretended to generate spectacular results and an added value for the enterprises that integrates it. Currently a lot of companies are witness of their benefits and confirm the functionality of the model. In the case of Latin American's enterprises we should not fall into the mistake to copy the model, instead of this, we have to take the what's best of the model and implementing and trying to adapt it into the company according with its uses, costumes and idiosyncrasy. The lack of sources in supply systems generates dependence and risks in the operation. Implementation of models could be used as an advantage for enterprises in several sectors with the aim of reaching efficiency in the procurement of industrial and raw material sources.



**Key words:** Consumer Management, Efficient Consumer Response, procurement, supply management.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 25. CASOS DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS NACIDAS GLOBALES.

José Luis Garcés Bautista<sup>47</sup>

### RESUMEN:

Las nuevas teorías de comercio internacional apartan del contexto mundial el solo ciclo de comercializar por medio de la importación y/o exportación de bienes y servicios, generando nuevas formas de compra-venta como lo son: las ventas de licencias, Joint Ventures, adquisiciones, franquicias, entre otras, Las BORN GLOBAL FIRMS surgen como una nueva forma de generar emprendimiento, estas empresas creadas cuya actividad en esencia es responder a las necesidades de los mercados internacionales (sin tener en cuenta el mercado local) sufriendo bienes o servicios los cuales puedan ser generados dentro de la región cumpliendo con los estándares internacionales. El estudio de las BORN GLOBAL FIRMS, reafirmará los nuevos conceptos de internacionalización, mediante el análisis de las diversas teorías de la creación de empresas en el ámbito global, lo cual conlleva a dar solución a necesidades exclusivamente a nivel mundial dado que responden únicamente a dichos mercados y no les interesan los mercados locales o nacionales. En nuestro país la BORN GLOBAL FIRMS han sido poco exploradas, creando una oportunidad única, pues muestra el potencial que este tipo de empresas generan por medio de la contribución en competitividad del país, reconocimiento en empresas creadas y generación de valor mediante la internacionalización. Este proyecto pretende identificar las diversas teorías, modelos,

---

<sup>47</sup> Docente de Planta. Facultad Administración de Negocios Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana.  
[jose.garces@upb.edu.co](mailto:jose.garces@upb.edu.co)





características y proponer una nueva metodología de Empresa Nacida Global, de modo que facilite el entendimiento y arroje como resultados oportunidades para que los próximos emprendedores vean de modo fácil y útil, una nueva generación de empresas de avanzada, que respondan a necesidades claras en el ámbito internacional y que aporten al progreso de la región y del país.

**PALABRAS CLAVES:** Internacionalización, emprendimiento, born global.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 26. DINÁMICA EXPORTADORA Y COMERCIO INTRARREGIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER EN EL PERIODO 2006 - 2011

Julio Ramírez Montañez<sup>48</sup>

### RESUMEN:

Con la presente ponencia se busca presentar el resultado de una investigación que determina la dinámica relativa de los sectores estratégicos del Departamento de Santander, con la finalidad de identificar las fortalezas de internacionalización de estos sectores. Esta investigación estuvo principalmente orientada a la aplicación de indicadores de comercio intrarregional, comercio extra regional y de intensidad de comercio, propuestos en la literatura económica recopilados por la Comisión de Estudios Económicos para América Latina y el Caribe (CEPAL).

**Palabras Claves:** Dinámica exportadora, comercio intrarregional, Indicadores de Competitividad.

### ABSTRACT:

The main objective of this paper is to present the result of an investigation that determined the relative dynamics of the strategic sectors of the Department of Santander, in order to identify the strengths of internationalization of these sectors. This research was mainly focused on the

---

<sup>48</sup> Docente de Planta. Facultad Administración de Negocios Internacionales. Universidad Pontificia Bolivariana.  
[julio.ramirez@upb.edu.co](mailto:julio.ramirez@upb.edu.co)



application of indicators of intraregional trade, extra-regional trade and trade intensity proposed in the economic literature compiled by the Economic Research Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)

Key Words : Export dynamics, intraregional trade, competitiveness indicators.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

**27. PRÁCTICAS FINANCIERAS DESARROLLADAS POR LOS COMERCIANTES  
INFORMALES DE VÍVERES FRESCOS, DE LA PLAZA DE MERCADO LA  
CONCORDIA DE LA CIUDAD DE FLORENCIA-CAQUETÁ.**

John Jairo Beltrán Chica<sup>49</sup>, Mónica Marcela Olmos Arias<sup>50</sup>

**RESUMEN:**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo, identificar las prácticas financieras en las que incurren los comerciantes informales de víveres frescos ubicados en las cercanías de la plaza de mercado la Concordia de la ciudad de Florencia en el departamento del Caquetá. Un sector de la economía que se encuentra en notable crecimiento, en todos los países, lo conforma el “comercio informal”, éste se refiere a la práctica de acciones comerciales públicas al margen de las leyes y normativas de cada país. Es considerado una economía extralegal efectuada por individuos que realizan transacciones de bienes y servicios evadiendo impuestos, sin estar registrados como tal y sin utilizar ningún tipo de facturación o auditoría contable. A este tipo de comercio se les puede clasificar en dos grupos: los estacionarios y los ambulantes. La práctica más común de los comerciantes informales de víveres frescos son los préstamos “gota a gota”, esto se debe a que tienen mayor facilidad de obtener este tipo de crédito, También se identificó que el 97% de la población es de estrato socioeconómico uno (1), donde la mayor participación es el género femenino con 56%. En Colombia, lamentablemente el comercio informal en los últimos años se ha incrementado dado a los altos índices de desempleo, el

<sup>49</sup> Docente investigador Universidad de la Amazonia, programa de Administración Financiera

<sup>50</sup> Estudiante Decimo semestre Programa de Administración Financiera Universidad de la Amazonia.





desplazamiento forzoso por grupos al margen de la ley de los campesinos e indígenas que al no tener otro medio de subsistencia recurren a las ventas callejeras. Para terminar, el investigador recomienda que se tomen en cuenta otras prácticas financieras como es la banca de oportunidades diseñada por el Estado Colombiano especialmente para personas de escasos recursos económicos.

**Palabras Claves:** Comerciantes Informales, Prácticas Financieras, Tasas de Interés.

## ABSTRACT

This research aims to identify the financial practices that incur informal traders of fresh food located near the market square Concordia Florence in the department of Caquetá. A sector of the economy that is in remarkable growth in all countries, forms the "informal trade", it refers to the practice of public commercial activities outside the laws and regulations of each country. It is considered an extralegal economy made by individuals transacting goods and services evading taxes, without being registered as such without using any billing or accounting audit. In this type of trading they can be classified into two groups: stationary and street. The most common practice of informal traders fresh supplies are loans "trickle", this is because they have greater ease of getting this type of loan, We also identified that 97% of the population is of socioeconomic one (1), where most female participation is 56%. In Colombia, unfortunately informal trade in recent years has increased given the high unemployment, forced displacement by groups outside the law and indigenous peasants having no other means of subsistence resort to street sales. Finally, the researcher recommends taking into account other financial practices such as banking opportunities designed by the Colombian government especially for people with limited economic resources. Keywords: Informal Traders, Practical Money, Interest Rates.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 28. ¿SECTOR FINANCIERO RESPONSABLE? CARACTERIZACIÓN GENERAL Y RETOS ENTORNO AL FINANCIAL GREEN MARKETING

Violeta Zuluaga Cadena<sup>51</sup>

### RESUMEN:

El sector Financiero específicamente los Bancos tiene un importante nivel de influencia en el crecimiento económico de un país o de una región (Proyecta, 2011), de acuerdo al informe del sector Bancario presentado por Asobancaria (ASOBANCARIA, 2014), una importante proporción de los créditos otorgados por los Bancos son utilizados en el sector consumo y comercio, específicamente para el año 2013 este ítem presentó un crecimiento total del 50%, mientras que el sector microcrédito aunque también presenta un importante nivel de desempeño creció el 30%.

Esto a su vez se ve reflejado directamente en el aumento del consumo, del sector comercio y en la expansión de algunos sectores microempresariales. Lo que desde una perspectiva coyuntural de crecimiento es muy positivo para la economía, dado que se promueve un mejor desempeño del PIB.

Sin embargo desde una perspectiva de largo plazo, la ampliación del crédito propicia un

---

<sup>51</sup> Administradora de Empresa, Especialista en Finanza, Especialista en Mercado de Capitales, Maestra en Administración del Instituto Tecnológico de Monterrey, Estudios de Doctorado en Gestión de Proyectos, Universidad Iberoamericana de México. Docente de pregrado y posgrado en programas de Administración, Contaduría Economía, Mercadeo y en postgrados de Alta Gerencia, Finanzas, Mercadeo y Salud, actualmente Docente de la Universidad Santo Tomas, Bogotá y Universidad El Bosque. Contacto: violetazu@yahoo.com, violetazu@gmail.com



aumento del riesgo, dado que el nivel de apalancamiento aumenta, justo con la utilización de créditos otorgados por la banca comercial.

En tanto se viene desarrollando un concepto muy valioso para el desarrollo y la competitividad del sector bancario, y trata de la responsabilidad ambiental que tiene un banco al otorgar créditos, y es el Financial Green Marketing (Lympelopoulos, Soureli, & Chaniotakis, 2012).

En Basilea (Comite de Basilea, 2011), se aborda el tema de la responsabilidad de la Banca internacional en desarrollar estrategias que mitiguen el riesgo, que promuevan el crecimiento y desarrollo económico.

Pero es claro que este solo aspecto no es suficiente, las crisis y quiebras de los últimos años evidencian la necesidad de generar espacios de debate para buscar y proponer alternativas de gestión de crédito y de riesgo que vayan de la mano de los requerimientos financieros del sector real y que no solo se queden en el estado de lo meramente financiero, es así que los agentes del mercado de dinero deben incorporar nuevos ítems en la evaluación de los créditos y los proyectos.

Sí se hace un recorrido en la evolución del conocimiento de áreas como la formulación y evaluación de proyectos, el marketing, la gestión, la ingeniería, la psicología, el derecho, entre muchas otras, es evidente la incorporación de los términos de sostenibilidad, desarrollo y responsabilidad social.

En este sentido los Bancos, evaluando su proceso de expansión y globalización, no escapan del componente de sostenibilidad de mercado, es así que están en busca de elementos que los



ayuden a incorporarse en este movimiento, dado que el crecimiento de estas instituciones esta correlacionado al crecimiento del mercado, y el mercado a nivel global, se esta sensibilizando cada día más (Omaha, 2008), lo que eventualmente hoy podría verse como una ventaja competitiva en el futuro cercano solo será un requerimiento más para las organizaciones.

**Palabras claves:**

Bancarización, Financial Green Marketing.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 29. CRECIMIENTO ECONÓMICO Y FLUJOS DE EFECTIVO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN ANTIOQUIA, BOGOTÁ, CALDAS, CUNDINAMARCA, SANTANDER Y VALLE

Gabriel Eduardo Escobar Arias<sup>52</sup>

### ABSTRACT:

This work demonstrates the relationship established between economic growth and cash flows of companies in the industrial sector in Antioquia, Bogotá, Caldas, Cundinamarca, Santander and Valle, finding empirical evidence of this relationship quantitatively. The study was conducted for 456 companies that reported financial statements continuously for the years 1995 - 2013. The work is divided into 6 parts as follows: first theoretical aspects of the variables studied, second the relationship between economic growth and flows shown cash, where liquidity is the key variable that links these two, third a qualitative and quantitative analysis where the correlation between variables is presented shown, then a prediction of cash flows for three years ahead is performed by an analysis statistical regression, then continues with a discussion of results and finally the conclusions and recommendations shown.

### Keywords:

Economic growth and cash flow

<sup>52</sup> Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Universidad Autónoma de Manizales, gabrieledoescobar@gmail.com.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **30. LAS INVERSIONES EXTRANJERAS DE IMPACTO COMO ALTERNATIVA AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO.**

Orlando E. Contreras<sup>53</sup>, Mauricio José Martínez Pérez<sup>54</sup>, Gladys Aleyda Bolívar V<sup>55</sup>.,

#### **ABSTRACT:**

Impact investment is defined as the transaction of financing companies, organizations and funds, that in addition to natural intention of generating outstanding financial results, also produce a positive environmental and/or social impact. They are also known as venture philanthropy, social impact investments or "triple bottom line" investments, and are characterized by simultaneously generate economic, social and environmental benefits, strategically. This paper comes up on how funds established impact on developed nations have begun to deploy their actions in production systems of Latin American countries and generate long-term value through the support of projects and enterprises based on different criteria from those traditionally applied by conventional investors. Examples such as MIF, EcoEnterprises Fund, Adobe Capital and Bamboo Finance are related as potential case studies and special emphasis is made on an Belgian fund called INCOFIN (pioneer investor of IMF CREZCAMOS), as a landmark to properly illustrate what types of businesses are looked for these funds and the way they support and eventually promote foreign direct investment in developing countries. Contributions obtained in

<sup>53</sup> Profesor Asistente – Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Universidad Industrial de Santander (Bucaramanga, Colombia); ocontrer@uis.edu.co

<sup>54</sup> Estudiante de Maestría en Ingeniería Industrial; Universidad Industrial de Santander (Bucaramanga, Colombia); mjmartinezpe@gmail.com

<sup>55</sup> Estudiante de Maestría en Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos Universidad Internacional de la Rioja (Madrid, España); gladisbolivar@gmail.com





the study realize the conditions provided by these funds to place confidence in ideas that aim to be sustainable, and the types of business that have the ability to attract those investors, such as social new ventures, eco-innovations, and base-of-the-piramide-oriented business in regions and in countries.

**Keywords:** Impact investments, sustainability, developing countries.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **31. MODELO ECONÓMETRICO DEL IMPACTO DE LA TASA DE CAMBIO EN EL SECTOR EXPORTADOR DE SANTANDER, DÉCADA DE 2000**

Helio Armando Fernández Aranda<sup>56</sup>, José Luis Garcés Bautista<sup>57</sup>

#### **ABSTRACT:**

Fluctuations in exchange rates may cause a damage or benefits in exporters or importers, especially those who depend largely on foreign markets.

The gain of the Colombian peso against the dollar it is not relevant because of the increase of productivity and competitiveness of the domestic industry because respond to a revaluation of the peso, which was not important and based on the strength of its economy.

In recent years, the fluctuation in the exchange rate has been a headache for the export sector, as its success in the international market is limited in its behavior. The objective of this research is to study the relationship between the exchange rate and the growth of the export sector has shown the department of Santander during the 2000s through the development and implementation of an econometric model.

The project aims to analyze the economic impact of the exchange rate on the growth or decline in exports.

Currently, there is no research, which foster the study of the generality of sectors and subsectors of the economy in Santander, since most are delimited to the specificity of ignoring some

---

<sup>56</sup> Investigador principal del proyecto. Docente de planta, Universidad Pontificia Bolivariana, Campus universitario, Km7 vía Piedecuesta PBX (7) 6796220 Ext 654; helio.fernandez@upb.edu.com, [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

<sup>57</sup> Convestigador del proyecto. Docente de planta, Universidad Pontificia Bolivariana, Campus universitario, Km7 vía Piedecuesta PBX (7) 6796220 Ext 654; jose.garces@upb.edu.com, [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)



exporting companies together. One of the contribution of this research was to obtain results in the observed variables to a broad overview of the export sector in Santander.

**Keywords:**

Exchange rate, devaluation, revaluation, growth, exports.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 32. THE INTERNATIONAL COMMERCE OF THE PINEAPPLE: A FRAMEWORK OF COLOMBIA

Silvia Maria Castellanos R.<sup>58</sup>, Alejandro Villarraga P.<sup>59</sup>

### ABSTRACT:

This present study integrates and synthesizes the current data available around the international trade of the pineapple from Colombia. This paper identifies major aspects influencing the global trade of various types of pineapple including production, commercialization and changes of demand.

Published statistic data confirms the great acceptance of this tropical fruits in the international tropical fruit market in the past 10 years. Moreover, this paper highlights the evolution of the pineapple export industry in Colombia, the potentials and the challenges that will present to growth in this market. Presenting an alternative focus in the new demand of fresh or process organic products as a strategic to obtain a higher volume of trade in the international commerce of pineapple. The conclusions shows implications and suggestions for Colombia to become part of this global demands.

**Keywords:** Pineapple, Colombia, International Trade

<sup>58</sup> Master en International trade, Industrial Engineer, Profesor Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga Facultad Administración Negocios Internacionales. [silvia.castellanosr@upb.edu.co](mailto:silvia.castellanosr@upb.edu.co)

<sup>59</sup> Master of E-learning, Specialization in International Business, Business Administrador, Profesor Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga Facultad de Administración de Empresas. [alejandro.villarraga@upb.edu.co](mailto:alejandro.villarraga@upb.edu.co)



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **33. CADENA DE SUMINISTRO DE LOS ALMACENES POR DEPARTAMENTO EN EL MUNICIPIO DE RIOHACHA (LA GUAJIRA)**

Elimar Pontón Deluquez<sup>60</sup>, Estudiantes: Iader Salazar Agudelo, Kira Rodríguez Moscote, Yania Ascencio Rodríguez, Keyris Valle Salazar y Zoraya Daza Guerra<sup>61</sup>

---

#### **RESUMEN**

Este artículo es producto del proyecto de investigación titulado: “La gestión tecnológica en la cadena de suministro de las tiendas por departamento en Riohacha” del semillero de investigación SINI y GESTORES de la Universidad de La Guajira.

#### **ABSTRACT:**

This research analyzes the characteristics of the supply chain of retail stores in the city of Riohacha. Support for theoretical contributions and Esqueda Young (2005), Garcia (2005), Fernandez (2014), Valdez (2002), Vicedo, Miquel & Langa (2007), Mata (2008), Olivera (2013) were taken, Quiroga (2009), Chopra (2008). The epistemic process was conducted using a qualitative approach, under the type of descriptive research with a non experimental design field. An instrument of data collection semi-structured interviews applied to key informants in warehouses under study, which was validated by experts in the field was used. Interviews, field notes and the experience of the investigator were categorized. It was evident from the findings

---

<sup>60</sup> Docente director, Abogada, Especialista y Magister en Cooperación Internacional para el Desarrollo. Universidad de San Buenaventura Cartagena y Universidad de Pavía Italia. Docente de la Universidad de La Guajira – Colombia. [epontode@uniguajira.edu.co](mailto:epontode@uniguajira.edu.co)

<sup>61</sup> Estudiantes que integran del Semillero de Investigación en Negocios Internacionales – SINI del programa de Negocios Internacionales de la Universidad de La Guajira- Colombia.





and analysis of the same supply chain of retail stores or supermarkets in the town of Riohacha is kept updated, providing good customer service, responding to their demands, it offers competitive advantages to understand that quality is a strategic weapon to survive in the market. They also endured that innovation is synonymous with change to new things.

**Keywords:** Competitiveness - Retail stores - Supply Chain

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **34. INTERNATIONAL LOGISTIC PLAN OF AVOCADO OIL TOWARDS FRENCH MARKET**

Joordan Mauricio Lázaro Pacheco, Juan David Maldonado Hernández, Eduardo Felipe Vásquez Barajas<sup>62</sup>

#### **ABSTRACT:**

This Project of an international logistic plan of avocado oil towards France's market has the goal of carrying out an international logistic plan of avocado oil towards France's market. The methodology is descriptive and documentary, it started with the supplier selection process which it has been destined to provide raw material for production company, passing through internal communication methods, applying evaluation indicators. This is with the purpose of finding the best distribution strategy for this product, thus the following steps in this project were done: country selection and characterization, bilateral trade study, review of logistic indicators LPI, and all the international logistic process. At last, this project let to conclude that France is a potential market to offer and commercialize extra virgin gourmet avocado oil. The avocado oil is currently considered as a substitute product of olive oil and the SWOT analysis suggests good opportunities to take advantage such as Colombia to have a free trade agreement with the European Union.

#### **Keywords:**

Avocado oil, distribution, export, France, logistics, SWOT

---

<sup>62</sup> Semillero de Investigación de Estudios Internacionales y Desarrollo Empresarial (SEINDE) de la Universidad Francisco de Paula Santander.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **35. EL CACAO EN NORTE DE SANTANDER, OPORTUNIDADES Y RETOS**

Eduardo Felipe Vásquez Barajas, Juan David Maldonado Hernández, Pedro Pablo Ramírez Torres, Joordan Mauricio Lázaro Pacheco, Yosuar Omar López Cáceres, Lineira Arias Rodríguez, Isneidy Yiloneth Guillin Sánchez, Shirley Andrea Gómez. Semillero de Investigación de Estudios Internacionales y Desarrollo Empresarial SEINDE de la Universidad Francisco de Paula Santander.

---

#### **RESUMEN**

A través de este trabajo se analizará las oportunidades y retos que tiene el Cacao en Norte de Santander, por contar con una gran oportunidad potencial de ser un gran proveedor de cacao como materia prima, ya sea en bruto, pelado o en polvo y de productos semielaborados y elaborados. La investigación que se va a llevar a cabo es cualitativa, esto se refleja en el hecho de que está enfocada en la producción del cacao en el departamento de Norte de Santander y como se puede mejorar la productividad y competitividad. Es de tipo descriptivo, por la recolección y revisión de información bibliográfica. Es de tipo evaluativo, esto lo podemos ver por el hecho de que la investigación no solo busca mejorar los cultivos, sino también está enfocada en mejorar la competitividad del producto a nivel mundial y para esto se genera un valor agregado. En las conclusiones del avance del proyecto se encontró que Norte de Santander cuenta con un gran potencial para convertirse en un gran productor de cacao a nivel nacional, logrando suplir una parte considerable de la demanda nacional y a futuro la demanda internacional que requiere constantemente altos niveles de cacao. Este aumento potencial en la producción de cacao es conveniente para impulsar la industria cacaotera en el departamento,



fomentando el valor agregado, de modo que, ya no solo se provea cacao en bruto sino que también se ofrezca al mercado productos semielaborados y elaborados.

Palabras claves: Cacao, competitividad, mercado internacional, Norte de Santander, oportunidades.

### **ABSTRACT**

Through this project the opportunities and challenges of cocoa in Norte de Santander will be analyzed due to a great potential option of being a main cocoa provider as raw material, peeled or powder and semiprocessed or processed products. This research will be qualitative, it reflects the fact of being focused on cocoa production in Norte de Santander and how to improve its productiveness and competitiveness. It is a descriptive research by collection and review of bibliographic information and an evaluative research by the fact of searching not only cocoa improvement but also to step up the world competitiveness of cocoa derivative products through generation of added value. According to advances of this project, there are partial conclusions which identify a great opportunity so that Norte Santander may become a main national cocoa producer, achieving to supply a big part of national demand, and later, international demand which continually requires high cocoa quantities. This potential increment in cocoa production of Norte de Santander is suitable to promote cocoa industry in this region, proposing added value in order to provide semiprocessed and processed products of cocoa beyond raw material.

Keywords: Cocoa, competitiveness, international market, Norte de Santander, opportunities.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### 36. GESTION TECNOLOGICA EN LOS ALMACENES POR DEPARTAMENTOS DEL MUNICIPIO DE RIOHACHA

Marelis Alvarado Mejía, universidad de La Guajira, Docente Universidad de La Guajira, Semillero Gestores, malvarado@uniguajira.edu.co Nayely González Iguaran, Estudiante, Semillero Gestores, ngonzalezi@uniguajira.edu.co Ronald Gómez Camacho, Estudiante, Semillero Gestores, ralexandergamez@uniguajira.edu.co Dayana Ríos Berrio, Estudiante, Semillero gestores, dmrios@uniguajira.edu.co Dayana Coronado Ariza, Estudiante, Semillero Gestores, [dcoronado@uniguajira.edu.co](mailto:dcoronado@uniguajira.edu.co)

#### RESUMEN

El presente trabajo de investigación plantea analizar la gestión tecnológica en los almacenes por departamentos del municipio de Riohacha. El constructo teórico estuvo basado en premisas de autores como: Escorsa y Valls (2003), Hamilton y Pezo. (2005), Zoltán (1993), entre otros. El procedimiento metodológico se estructuró bajo el enfoque cualitativo con diseño etnográfico. Los informantes clave se constituyeron por seis (6) empleados referidos a la gestión tecnológica de los almacenes por departamentos en estudio. Como técnica de recolección de datos se utilizó la observación directa a través de una entrevista semiestructurada, compuesta por siete (7) preguntas abiertas dirigidas a los almacenes objeto de estudio. Este instrumento fue validado por expertos en el área de gestión tecnológica. Se categorizaron las entrevistas, las notas de campo y la vivencia del investigador. Luego se procedió analizar las categorías emergentes mediante la triangulación de los hallazgos encontrados analizándose en forma integral. Dentro de los resultados se evidenció que en los almacenes por departamentos utilizan





para sus procesos administrativos y productivos la gestión tecnológica, permitiéndole asimilarlas y asumirlas como herramienta de cambio y conducción en la administración. De igual manera se identificó un nivel suficiente de conocimiento, cooperación y cultura innovadora para el uso de la gestión tecnológica. Las conclusiones evidenciaron que es visible como la gestión tecnológica busca aplicar particularmente la gestión en los planes estratégicos alterando efectivamente la posición de competitividad de los almacenes.

Palabras clave: Almacenes por departamentos, cultura innovadora, gestión tecnológica

### **ABSTRACT**

This research proposes to analyze the technological management in the department stores of the municipality of Riohacha. The theoretical construct was based on assumptions of authors such as Escorsa and Valls (2003), Hamilton and Pezo. (2005), Zoltán (1993), among others. The methodological approach was structured on the qualitative approach with ethnographic design. Key informants were constituted by six (6) employees related to technology management of department stores in the study. As a technique for data collection direct observation through a semi-structured interview, consisting of seven (7) questions to open stores under study was used. This instrument was validated by experts in the field of technology management. Interviews, field notes and the experience of the investigator were categorized. Then we proceeded to analyze the emerging categories by triangulating the findings analyzed comprehensively. Within results it showed that department stores use for their management and production technology management processes, allowing assimilate and assume them as a tool for driving change and management. Similarly a sufficient level of knowledge, cooperation and innovative culture to the use of technology management was identified. The findings showed



that the technology is visible as management seeks to implement management particularly in strategic plans effectively altering the competitive position of the stores

Keywords: Department stores, innovative culture, technology management.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### 37. PLANIFICACION ESTRATEGICA COMO HERRAMIENTA PARA LA INNOVACION EN LAS PYMES DEL SECTOR TURISTICO

Lorena Gómez Bermúdez, Universidad de La Guajira, Docente coordinadora del semillero de investigación RED- INNOVA, [lgomez@uniguajira.edu.co](mailto:lgomez@uniguajira.edu.co) Laura Olivella Fernández, Universidad de La Guajira, Estudiante del semillero RED- INNOVA, [icolivella@uniguajira.edu.co](mailto:icolivella@uniguajira.edu.co) Mahilin Matías Montero, Universidad de La Guajira, Estudiante del semillero RED- INNOVA, [mmatias@uniguajira.edu.co](mailto:mmatias@uniguajira.edu.co)

---

#### RESUMEN

La investigación tiene como finalidad estructurar el proceso de planificación estratégica de las pymes del sector turístico del municipio de Riohacha, La Guajira. Para el sustento teórico de este estudio, se tuvieron en cuenta los aportes de Koontz (2001), Fred (1997), Serna Gómez (2008), Estrella (2010), entre otros. Esta investigación es de tipo descriptiva, este tipo de estudio se utilizará básicamente en las variables concretas como la actuación de la competencia, y todo lo relacionado con el ámbito externo e interno de las Pymes. Se considerarán las Pymes del sector turístico del municipio de Riohacha, específicamente 15 hoteles y restaurantes registrados en la Cámara de Comercio de La Guajira. Para la recolección de la información se utilizó fuentes de información tanto primaria como secundaria. Las fuentes de información secundarias, fue información obtenida dentro de las organizaciones y textos de autores enfocados a la dirección estratégica, así como documentos de investigaciones realizadas previamente. Las fuentes de información primarias consisten en fuentes tomadas a través de reuniones con la Gerencia General y empleados de las Pymes del sector turístico para realizar



el análisis de las debilidades, fortalezas, oportunidades, amenazas, los factores tanto internos como externos y conocer su punto de vista sobre la dirección que quieren tome la empresa. Esta investigación se encuentra en proceso de ejecución, presentándose en este artículo la matriz DOFA, herramienta que ayuda a conocer la situación actual de las empresas. Los resultados de este estudio permitirán estructurar, posteriormente, un proceso de planificación estratégica, sirviéndoles a las empresas del sector para implementar planes de innovación, lo que les permitirá incrementar su eficiencia, eficacia y efectividad, así como asegurar su desarrollo y competitividad. También contribuye a la generación de conocimiento en esta área, realizando esta investigación un aporte social en la medida que sirve mejorar las habilidades de las pymes, las cuales constituyen un alto porcentaje de la estructura empresarial de los países de América Latina.

Palabras clave: Competitividad, Innovación, matriz DOFA, Planificación estratégica, Pymes.

### **ABSTRACT**

The research aims to structure the strategic planning process of SMEs in the tourism sector of the municipality of Riohacha, La Guajira. For the theoretical basis of this study, the contribution of Koontz (2001), Fred (1997), Gomez Serna (2008), Star (2010) were taken into account, among others. This research is descriptive, This type of study is used primarily in the specific variables as the performance of the competition, and everything related to the external and internal environment of SMEs. SMEs in the tourism sector of the municipality of Riohacha, specifically 15 hotels and registered with the Chamber of Commerce of La Guajira restaurants are considered. Both primary sources and secondary information was used for data collection. The secondary sources was information obtained within organizations and texts focused on strategic direction authors, as well as documents of research conducted previously. The primary





sources of information sources consist taken through meetings with senior management and employees of SMEs in the tourism sector for the analysis of the strengths, weaknesses, opportunities, threats, both internal and external factors and known their view on the direction they want to take the company. This research is in the process of implementing this article appearing in the SWOT matrix, a tool that helps to know the current situation of companies. The results of this study will be structured later a strategic planning process, serving companies in the sector to implement innovation plans, allowing them to increase their efficiency, effectiveness and efficiency and ensure its development and competitiveness. It also contributes to the generation of knowledge in this area, making this research a social contribution in the measure that serves to improve the skills of SMEs, which constitute a high percentage of the business structure of the countries of Latin America.

Keywords: Competitiveness, Innovation, Strategic Planning, SMEs, SWOT matrix



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **38. IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS DE LA ZONA FRANCA DE SANTANDER EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS**

Jesús Alberto Álvarez López Angie Dayana Gelves Ibarra Bryan Andrés Martínez Germán  
Leonardo Niño Díaz Viviana Peñaranda Galvis Julieth Vanessa Ramírez Olarte María José  
Tuirán Tordecilla Daniela Villate Pérez UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA Docente:  
Julio Ramírez Montañez Semillero: SIANI Bucaramanga, Colombia

---

#### **RESUMEN**

Actualmente, la Zona Franca de Santander constituye gran parte del desarrollo y crecimiento económico de la región. Esto se debe a múltiples ventajas que ofrece no solo a nivel tributario y aduanero, sino a su vez la generación de empleo, la creación de espacios que fomentan la inversión extranjera y las ventas dentro y fuera del país. Una Zona Franca orientada al desarrollo del sector servicios que busca atraer inversionistas de todo tipo e impulsar a las empresas que hacen parte de este sector. Por ello, a lo largo de este proyecto se realiza un análisis que permite determinar la importancia del sector servicios en la Zona Franca durante los últimos cinco años, a través de un estudio de las principales empresas que se encuentran instaladas y clasificadas como usuarios, sus aportes al crecimiento y evolución del sector servicios y cuál es la visión o expectativas enfocadas en el tema de servicios en la Zona Franca.

Palabras Clave Zona Franca de Santander Offshoring & Outsourcing, Sector servicios, Beneficios, Comercio Exterior.



## ABSTRACT

Currently, the Zona Franca Santander constitutes a big part of the development and economic growth in the region. This is due to the many advantages not only to tax and customs level, but to job creation, the creation of spaces that encourage foreign investment and sales inside and outside the country. A development-oriented free trade zone oriented to the service sector that seeks to attract investors and impulse all companies that are part of this sector. Therefore, throughout this project, an analysis to determine the importance of the service sector in the free zone during the last five years is done through a study of the major companies that are installed and are classified as users, their contributions to the growth and development of the services sector and what is the vision and expectations that are focused on the topic of services in the Free Zone.

Keywords Santander Free Zone Offshoring & Outsourcing, Service sector, Benefits, Foreign Trade.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### 39. ANÁLISIS DEL CANVAS PARA EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISMO DE SANTANDER

María Margarita Hernández Estrada, Carolina Abaúnza Moreno, Marco Andrés Vásquez Méndez, Silvia Helena Mendoza Martínez. Universidad Pontificia Bolivariana Semillero SIANI Facultad de Administración de Negocios Internacionales Bucaramanga, Colombia<sup>63</sup>

#### RESUMEN

El propósito fundamental de este artículo es dar a conocer en qué consiste la herramienta CANVAS y sus bloques de acción claves para poder generar una propuesta de valor en las empresas del sector turismo del departamento de Santander que les permita tener una mayor competitividad y éxito en el mercado internacional. Para este proyecto, se tomó como referencia el sector turismo en el departamento de Santander, ya que éste involucra diversos elementos que se ven involucrados en el desarrollo económico de una región mediante la prestación de servicios.

Palabras claves: Modelo de Negocio, Sector Turismo, Direccionamiento estratégico, Innovación.

---

<sup>63</sup> María Margarita Hernández Estrada, Estudiante Admón. Negocios Internacionales Email: [maria.hernandez.2013@upb.edu.co](mailto:maria.hernandez.2013@upb.edu.co); Carolina Abaúnza Moreno, Estudiante Admón. Negocios Internacionales. Email: [carolina.abaunza.2013@upb.edu.co](mailto:carolina.abaunza.2013@upb.edu.co); Marco Andrés Vásquez Méndez, Estudiante Admón. Negocios Internacionales Email: [marco.vazquez.2013@upb.edu.co](mailto:marco.vazquez.2013@upb.edu.co); Silvia Helena Mendoza Martínez, Estudiante Admón. Negocios Internacionales Email: [silvia.mendoza.2013@upb.edu.co](mailto:silvia.mendoza.2013@upb.edu.co)



## ABSTRACT

The following article seeks to highlight what the CANVAS tool is about and it's main blocks to create a value business proposition to get a major competitiveness and successful in the international market share. For this project, reference was made to the tourism sector in the department of Santander, since it involves various elements that are part of the economy development of a region.

Keywords: Business Model, Tourism Sector, Strategic Management, Innovation.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 40. LA COMPETITIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL PARA LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES: EVITANDO MALENTENDIDOS Y DESCONFIANZA INTERCULTURAL

Ph.D. Guillermo Gibens Community College of Baltimore County Baltimore, USA International  
management, Email: [ggibens@gmail.com](mailto:ggibens@gmail.com)

---

### RESUMEN

En el mundo de los negocios internacionales se confrontan una variedad de retos desde el punto de vista de la comunicación a través de diferentes culturas. Como resultado, el entendimiento de factores interculturales tiene que ser considerado cuando la meta es el éxito en las negociaciones internacionales. Aun cuando en la comunicación verbal y no verbal existen elementos que con frecuencia se manifiestan en forma similar en diferentes países (emociones básicas como llorar y la felicidad), muchas veces confrontamos diferencias culturales que pueden hacer dificultosas las negociaciones para los gerentes y negociadores internacionales, quienes no están preparados para esos encuentros internacionales e interculturales. Esta ponencia presenta una revisión de varios elementos comunicativos considerados esenciales dentro de la comunicación internacional con el fin de prevenir mal entendidos internacionales. Distancia de poder y jerarquía, individualismo y colectivismo, feminidad y masculinidad, tolerancia por la incertidumbre, orientación hacia el futuro y las necesidades, y contenido de información (en el mensaje mismo, o en la persona) son explicados durante la ponencia. Barreras contra la comunicación intercultural/internacional son examinadas.





## ABSTRACT

Conducting international business faces a variety of challenges from the point of view of cross communication. Therefore, an understanding of intercultural factors has to be considered if successful international negotiations are the goal. Although verbal and non-verbal communication elements are often manifested in similar fashion across nations (basic emotions such as crying and happiness), many times we are confronted with cultural differences that can make negotiations difficult if international managers and negotiators are not prepared for an intercultural encounter. This paper presents a review of several communicative elements considered instrumental when international communication is to occur and in order to prevent international misunderstandings. Power distance, individualism versus collectivism, femininity versus masculinity, uncertainty avoidance, long-term orientation and high-context versus low-context cultures are explained. Additionally, barriers to an effective intercultural/international communication are reviewed.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 41. EL EMPRENDIMIENTO FACTOR DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING INTERNACIONAL

Ph.D. Nair Cantillo. Universidad de la Guajira, [ncantiloc@uniguajira.edu.co](mailto:ncantiloc@uniguajira.edu.co), Ph.D. Carlos  
Pedraza R. Universidad de la Guajira. [cjuliop@uniguajira.edu.co](mailto:cjuliop@uniguajira.edu.co)

### RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar el emprendimiento factor de éxito en las estrategias de marketing internacional, para cumplir con este objetivo se consultaron teorías de autores especialistas como: Keegan, W (2004), Fischer, L y Espejo, J (2011), Lamb, C. Hair, J y McDaniel, C (2011), Austin, Gutiérrez, Ogliastri y Reficco (2006), Longenecker-MoorePetty-Palich (2009), Braidot y otros autores. El tipo de investigación a realizar es analítica y descriptiva, el diseño será no – experimental. La población estará conformada por 2 empresas del sector lácteo que manejan negocios en el exterior. La técnica de recolección de datos se realizara por medio de la aplicación de unos cuestionarios de 10 ítems. Los resultados serán obtenidos posteriormente a la aplicación del instrumento por medio del cual se recolectaran los datos para el análisis de esta investigación, y que nos permitirá conocer como el emprendimiento impulsa a las empresas que desean llegar al mercado internacional, permitiéndole diseñar estrategias que le facilite este proceso y obtener nuevos clientes en otros países. Palabras Clave: Emprendimiento, estrategias, factor de éxito, marketing internacional, mercado.



## ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the factor entrepreneurship success in international marketing strategies to meet these objective theories of authors specialists as they were consulted: Keegan, W (2004), Fischer, L and Mirror, J (2011) Lamb, C. Hair, and McDaniel J, C (2011) Austin, Gutierrez Ogliastri and Reficco (2006), Longenecker-MoorePetty-Palich (2009) and others. The research is to perform analytical and descriptive, the design will not - experimental. The population will consist of two companies in the dairy sector that handles overseas business. The technique of data collection was done through the application of 10 questionnaires itmes. The results obtained will then applying the instrument by which the data for the analysis of this research will be collected, and as we learn and entrepreneurship drives companies who want to reach the international market, allowing you to design strategies to facilitate this process and gain new customers in other countries.

# CONGRESO INTERNACIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 42. HEALTH TOURISM IN CLINICS.

Hugo Gaspar Hernández Palma.<sup>64</sup> Jheison Contreras Salinas.<sup>65</sup> Delvis Muñoz Rojas <sup>66</sup>

### ABSTRACT

Health services are considered as a fundamental and inherent right of each individual, but not in all cases you can access it easily.

Medical tourism is undoubtedly a global phenomenon that has exploded in Latin America, this two important factors: the low prices of care compared with developed countries, and the proximity of many countries to the United States and Canada.

Due to the high demand for health services internationally, several countries have institutionalized a true export industry Medica ("Medical Tourism industry"), using its competitive for strengthening this activity benefits. Among the countries of medical tourism that stand by the affordability of its costs with reference to the United States and developed countries enunciate Brazil, Cuba, Costa Rica, Malaysia, Mexico, Argentina, Panama, Philippines, South Africa, India, Thailand and Turkey.

The advantage of the international medical tourism lies in the cost and quality of service received. It also has benefits that focus on investment in health infrastructure and opportunities for workforce development in the area of health.

<sup>1</sup> Hugo Gaspar Hernández Palma. Universidad Simón Bolívar – Atlántico. GEMAS. hugoghernandezpalma@gmail.com

<sup>2</sup> Jheison Contreras Salinas. Universidad Simón Bolívar. GEMAS. jh.contreras.salinas@gmail.com

<sup>3</sup> Delvis Muñoz Rojas. Universidad de la guajira. Delvis21rm@gmail.com





That is why the element in the development and growth of medical tourism is the resource as the Internet, as it has allowed the progress of medicine tele whose costs are very low because it allows sending medical records, lab results, scenery ultrasound, treatment Postoperative to be analyzed by health professionals, giving the patient the opportunity to receive a second professional opinion, besides helping in the pre- and post-treatment processes, including monitoring and treatment for videoconferencing.

That's why clinics should develop processes of quality and excellence for the fulfillment of its users that is both patients such as national and international

Keywords: Health services. Tourism. Quality. Clinics. Continuous improvement



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

### **43. MANAGING SALES TEAM DIFFERENCES TO MAXIMIZE RELATIONSHIP MARKETING <sup>67</sup>**

Janitza Ariza Salazar <sup>68</sup>

#### **ABSTRACT**

Companies serve a diverse range of markets and clients. Competitors and most of all globalization, changed the way companies conduct business today. Those changes call for sales teams ready to understand and relate to customers. The new global market place represents an opportunity to increase the impact of the business, the challenge now come from: 1) the fact that customers tend to be less loyal to a product or brand and 2) the effort salesforce needs to do to build long term relationships with customers. The relationship between the company and customers is highly influenced by the degree of motivation of the salesforce. In most cases, sales teams are built with people from a wide range of backgrounds with cultural differences, values, and norms that influence they behave and interact with their environment. Consequently, is important for sales force managers, to understand and direct teams by developing cultural

---

<sup>67</sup> This document articulates the partial results of the doctoral thesis in social and human sciences titled " Competitive Intelligence as a Predictor of Training Effectiveness in Sales Workforce " developed by Janitza Ariza Salazar

<sup>68</sup> Janitza Ariza Salazar. Marketing and International Business from Autonomia University Cali, Colombia. MBA from MBA from Keller Graduate School of Management, Devry College of New York. DBA Candidate in Marketing from Baker College, Flint Michigan. Adjunct professor at Faculty of Management at Vaughn College of Aeronautics and Technology New York, Faculty of Management at Innova Business College Miami, and Faculty of Marketing of Konrad Lorenz University Bogotá. E-mail Janitza.arizas@konradlorenz.edu.co



intelligence and transformational leadership traits as a tool to moderate the relationship between team members while serving as a role model for the appropriate teams' behavior, facilitating communication and fostering acceptance of common goals (Bass, 1985, Podsakopf, MacKenzei, and Bommer, 1993, Weitz and Bradford, 1999). This paper seeks to suggest different methods to improve relationship marketing by analyzing the relationship between cultural intelligence, cross-cultural leadership and cross-cultural communication. Leaders and companies struggling when working in context with range of cultures can benefit by fostering long term relations with customers through a solid sales team. A literature review of several management theories complemented with literature reviews was conducted.

Keywords: Relationship Marketing, cultural intelligence, cross-cultural Leadership and Cross-cultural Communication

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

#### 44. IMPACTO DE LAS (TICS), EN EL TRABAJO EN EMPRESAS DE VILLA MARÍA Y LA REGIÓN, (2014-2015)

Nicolas S. Beltramino <sup>69</sup> German Yennerich <sup>70</sup> Juan Ingaramo <sup>71</sup>

##### ABSTRACT

El presente trabajo analiza el fenómeno del teletrabajo, como el resultado de un proceso de cambios sociales apoyados, por un lado, en el cambio tecnológico, con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), y por el otro, en la globalización, caracterizada por la unificación de mercados y el aumento de la competencia. Globalización y TICs se retroalimentan, y desde fines del siglo pasado, posibilitan lo que se ha dado en llamar sociedad de la información o del conocimiento.

También el trabajo ha sido influido y en dicha sociedad, aparecen modalidades como el teletrabajo, la posibilidad de que el empleado trabaje desde su domicilio con una computadora conectada con su empleador y envíe electrónicamente o por mensajería su trabajo. Se trata de establecer cuáles son sus ventajas, sus riesgos y las líneas que habría que seguir para gestionarlo.

A tal efecto se ha realizado una entrevista a 363 personas, cada una de las cuales trabaja en una empresa de Villa María y zona, dentro del campo de la Administración, y se ha analizado su relación con la computadora como instrumento de trabajo. El tiempo que se pasa trabajando con la computadora, dónde se la usa, qué actividades se realizan principalmente, ventajas y

<sup>69</sup> Universidad Nacional de Villa María, Argentina. [nico\\_beltra@hotmail.com](mailto:nico_beltra@hotmail.com)

<sup>70</sup> Universidad Nacional de Villa María, Argentina. [yennerich\\_grillo@yahoo.com.ar](mailto:yennerich_grillo@yahoo.com.ar)

<sup>71</sup> Universidad Nacional de Villa María, Argentina. [iscecontabilidad@hotmail.com](mailto:iscecontabilidad@hotmail.com)



desventajas de trabajar desde el domicilio o la empresa, los riesgos laborales y la influencia de la edad y el sexo de los entrevistados, son los temas que trata la encuesta y este informe.

Keywords: TICs, teletrabajo, satisfacción, docencia



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 45. LA LOGÍSTICA EN LAS EMPRESAS DE SANTANDER UN PROBLEMA HACIA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Diego Andres Arenas Valdivieso <sup>72</sup>

### ABSTRACT

Para competir en mercados internacionales la logística y distribución se vuelven parte fundamental de cualquier empresa y más si se mide en conocimiento y capacidad de distribución. En Bucaramanga y sus alrededores encontramos empresas generadoras de carga y operadores logísticos que ayudarían a la región en el proceso de internacionalización.

Nuestras empresas Santandereanas enfrentan varios problemas que hacen que el proceso logístico sea más complicado. Entre los problemas que enfrentan nuestras empresas están: la falta de capacitación del personal interno y externo que trabaja en el área logística, el nivel de volúmenes de productos para la exportación, la mínima oferta académica que ofrezcan las instituciones de la región, entre otros.

Con esto se quiere mirar los problemas que afectan la región en término de logística y distribución internacional y sus posibles soluciones hacia la internacionalización.

Keywords: Logística, física, internacional, Santander, internacionalización.

---

<sup>72</sup> Master in Business Administration, Administrador de Empresas, Docente Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga Facultad Administración Negocios Internacionales. diego.arenasv@upb.edu.co

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

**46. LAS POTENCIALIDADES DE COLOMBIA EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO: UN  
ANÁLISIS DESDE EL MODELO GRAVITACIONAL Y LA RELACIÓN COMERCIAL  
ENTRE 1971-2013**

Cristian Samir Ulloa Ramos <sup>73</sup>

**ABSTRACT**

Today the Pacific Alliance has become the first Latin American economic bloc. The potential arising from the business integration between the four founding countries (Colombia, Chile, Mexico and Peru) is the result of their business relationship and the process of internalization through the years. This study aims to show the evolution of bilateral trade between Colombia with the other three countries, in the framework of a gravity model. We conclude that indeed the export volume has a direct systematic relationship with market size represented in Gross Domestic Product, and inverse with distance and transportation costs associated. These aspects together with an analysis of the trade balance of each country in the last decade, aims to show potential of the Colombian economy after of the trade integration, although it maintains a trade deficit with the Alliance, with two countries bilateral relationship is commercially surplus.

Keywords: gravity model, economic integration, pacific alliance

<sup>73</sup> Docente-Investigador Universitaria Agustiniiana. Máster en Desarrollo, Instituciones e Integración Económica de la Universitat de València. Economista de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Bogotá. cristian.ulloar@uniagustiniana.edu.co

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 47. EL APORTE COLOMBIANO EN LA INNOVACION SURAMERICANA

Jaime Enrique Sarmiento Suarez <sup>74</sup>

### ABSTRACT

En el mercado global los países que están alcanzando un alto grado de desarrollo y fortaleza económica son los que principalmente se están enfocando en la innovación. Como dice el fundador y presidente de COTEC – Fundación para la Innovación Tecnológica, “la innovación es, desde siempre, lo que hace progresar a la Humanidad, puesto que innovar es, sencillamente, obtener bienestar del conocimiento. La innovación da utilidad económica al conocimiento”.

En esta nueva era están cambiando los factores de producción que generaban riqueza, pasando del capital, la tierra, el trabajo y las empresas, a nuevos factores como son la información, el conocimiento y la innovación, trayendo grandes cambios tanto sociales, culturales y económicos como apoyo al desarrollo sustentable de las naciones.

El crecimiento económico de las naciones se basa en el manejo de la información y el uso del conocimiento adquirido. El conocimiento y la innovación se han convertido en “las nuevas fuentes de riqueza, poder y calidad de vida” (Castells, 2007).

Este trabajo tiene por objetivo presentar un análisis macro sobre el aporte brindado por Colombia en la innovación Suramericana, y a su vez presentar la brecha existente con respecto

---

<sup>74</sup> Master en Administración, Especialista en Finanzas, Administrador de Empresas, Docente Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga Facultad Administración Negocios Internacionales. [jaime.sarmientos@upb.edu.co](mailto:jaime.sarmientos@upb.edu.co)



a otros países del mundo.

Keywords: Patentes, conocimiento, innovación.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 48. GLOBALIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA: RECOMENDACIONES PARA ADMINISTRACIONES PÚBLICAS DESCENTRALIZADAS.

Verena Lovich Villamizar Camilo Cajamarca Azuero

### RESUMEN

En los últimos años los Estados han entrado en la dinámica de la globalización en sus distintas facetas. En esta línea, la globalización ha dividido la geografía en dos categorías: países en vías de desarrollo y países desarrollados, básicamente, esta categorización obedece a variables económicas que determinan una posición. Recientemente, la transición de un nivel a otro ha dado lugar a una tercera: Estados Emergentes (o de renta media). La configuración de los Estados en este contexto implica una reestructuración de su organización o dicho de otro modo, de su aparato administrativo, aplicando modelos de gestión como la Nueva Gestión Pública (New Public Management), donde las estrategias de la administración privada se incorporan a la acción pública y cambian dinámicas tradicionales en el ejercicio burocrático, ejemplo de ello es pasar de la categoría 'usuario' a 'cliente'. 2

El objeto de la presente ponencia es identificar la manera en que la globalización ha incidido en la administración pública local, abordando inicialmente los conceptos y discusiones teóricas sobre la gestión pública, la gobernanza y las políticas públicas, se dará como ejemplo el escenario del extractivismo y su afectación al ambiente, este fenómeno es conocido como la extracción de materiales para los países industrializados y la explotación de los recursos naturales de un país para la exportación. En una última parte, se hará una reflexión sobre si la



globalización afecta a las administraciones públicas locales y algunas recomendaciones para el buen ejercicio de la gestión pública descentralizada en países de Latinoamérica.

Palabras claves: Globalización, Administración Pública, Gobernanza, Extractivismo, Políticas Públicas

### **ABSTRACT**

In the last years the states have entered into the globalization dynamic and in its different facets. In this line, globalization has divided the geography in two categories: developing countries and developed countries, basically, this categorization follows economic variables that determine a position. Recently, the transition from a level to another has given place to a third one: Emerging States (or middle income states). The configuration of the states in this context implies a restructuring of its organization or in other words, of its administrative apparatus, applying management models like the New Public Management where the strategies of the private administration are incorporated to the public action and change the traditional dynamics in the bureaucratic process, an example of that is going from the category “user” to “client”.

The objective of this presentation is to identify the way that the globalization has influenced the local public administration, initially addressing the theoretical concepts and discussions about the public management, the governance and the public politics, it will be shown as an example the scenery of the extractivism and its effect on the environment, this phenomenon is known as the extraction of materials for the industrialized countries and the exploitation of the natural resources of a country for the exportation. In one final part there will be a consideration about whether the globalization affects the local public

Keywords: Pineapple, Colombia, International Trade



## 49. ANÁLISIS DE LAS DISTANCIAS TANGIBLES E INTANGIBLES ENTRE COLOMBIA Y SUS SOCIOS COMERCIALES.

Luis Miguel Bolívar Caro<sup>75</sup>

### RESUMEN

El comercio exterior de Colombia está moldeado por las posibilidades de acceso a los diferentes mercados. Dicho acceso depende de la distancia, medida no solo desde el punto de vista geográfico, sino también desde las perspectivas político-administrativa, cultural y económica. Estas dimensiones del concepto de “distancia” son analizadas mediante el modelo gravitacional de comercio exterior. En este trabajo se usan datos de flujos de comercio entre Colombia y 173 países y territorios que son procesados mediante las herramientas econométricas que impone el modelo.

Se encuentra que, en la selección de sus socios comerciales, Colombia es muy sensible a las distancias geográficas, y más sensible aún a que los países socios sean hispanohablantes. Además, variables geográficas, como el acceso al océano, y variables administrativas, como tener acuerdos regionales y pertenecer a la Organización Mundial de Comercio, resultan críticas para entablar relaciones comerciales con el resto del mundo.

**Palabras clave:** Modelo gravitacional, comercio exterior, Colombia, dinámica comercial,

---

<sup>75\*</sup> Docente investigador del Grupo de investigación “Instituto de Estudios para el Desarrollo” de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Bolívar.  
lbolivar@unitecnologica.edu.co



economía internacional

### ABSTRACT

Colombian foreign trade is determined by the possibilities of access to external markets. Such access depends on the distance between the country and its trading partners – not only geographic distance, but also distance from the political and administrative, cultural and economic perspectives. These dimensions of “distance” are analyzed here using a gravity model of foreign trade. For this purpose, we use trade flow data between Colombia and 173 countries and process the data by means of the econometric tools required by the model. We find that Colombia is very sensitive to geographical distances for selecting trade partners, and even more sensitive to sharing a common language with its partner. In addition, geographic variables, such as access to ocean, and administrative variables, such as having regional agreements or belonging to the World Trade Organization, become critical for establishing commercial relations with the rest of the world

**Key words:** Gravity model, foreign trade, Colombia, trade output, international economic



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

**50. DIVERSIFICACIÓN DE LA POLÍTICA EXTERIOR COLOMBIANA VÍA  
INSTITUCIONES INTERNACIONALES:  
LOGROS Y LÍMITES DEL GOBIERNO SANTOS.**

Laszlo Vladimir Palotas Kelen Ph.D<sup>76</sup>

**RESUMEN**

Este artículo examina en qué medida ha logrado diversificar el gobierno Santos la política exterior colombiana por medio de instituciones internacionales. Consta de tres partes: (1) Acciones relevantes. (2) Marco conceptual (balanceo institucional, gobernanza regional, atracción extrarregional). (3) Reflexiones sobre diferentes equilibrios. Concluye que las más importantes acciones en dicha diversificación han sido: la cooperación con Brasil y otros vecinos en la UNASUR, así como la creación de una institución internacional ad hoc para facilitar las negociaciones de paz y la inclusión de la UNASUR en la preparación del cese al fuego.

En cambio, iniciativas como la conformación de la Alianza del Pacífico y la participación en misiones OTAN-Unión Europea representan una diversificación limitada, ya que se ajustan a megaproyectos estadounidenses de comercio/seguridad.

El incumplimiento del fallo de la Corte Internacional de Justicia (una infracción del derecho internacional) ha sido un hándicap para la diplomacia (multilateral) colombiana.

Además, al haber empujado a Nicaragua a pedir asistencia militar rusa, Colombia podrá buscar renovada protección estadounidense, frenando la diversificación.

<sup>76\*</sup> Docente investigador Universidad Santo Tomás de Bucaramanga (USTABUCA), Facultad de Negocios Internacionales



### **Palabras claves**

Diversificación de política exterior, balanceo institucional, gobernanza regional, atracción extrarregional

### **ABSTRACT**

This essay examines the extent to which the Santos Government has managed to diversify Colombian foreign policy through international institutions. It consists of three parts: (1) Relevant actions. (2) Conceptual framework (institutional balancing, regional governance, extra-regional attraction). (3) Reflections on different balances.

It concludes that the most important diversifying actions have been Cooperation with Brazil and other neighbors in UNASUR, as well as the creation of an ad hoc international institution for facilitation of peace negotiations, and the inclusion of UNASUR in the preparation of the ceasefire.

On the other hand, initiatives such as the creation of the Pacific Alliance and participation in NATO-European Union led missions represent a more limited diversification, since they are in line with American mega-projects in trade/security.

Non-compliance with the ruling of the International Court of Justice (a violation of international law) has been a handicap for Colombian (multilateral) diplomacy. In addition, having pushed Nicaragua to seek Russian military assistance, Colombia might seek renewed American protection, slowing down diversification

**Key words:** Foreign policy diversification, institutional balancing, regional governance, extra-regional attraction

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 51. LA COOPERACION DESCENTRALIZADA EN EL HERMANAMIENTO DE CIUDADES.

Carmen Milagro Romero Zuñiga<sup>77</sup>

### RESUMEN

La cooperación descentralizada se muestra como un elemento fundamental para el fortalecimiento de estructuras organizativas de carácter local-Regional y contribuye al desarrollo de modelo innovador y de gestión desde la sociedad civil a través de la transferencia de conocimientos técnicos, y del desarrollo de capacidades locales.

Sin embargo, pese a sus potencialidades, es una cooperación que no ha sido aún muy aprovechada, que requiere de mecanismos de información, coordinación y de un esfuerzo de planificación conjunta entre los actores que intervienen en ella, como condición para mejorar la eficacia de la ayuda al desarrollo.

Se presenta como una debilidad en los entes territoriales la falta de planes a largo plazo, pues los hermanamientos que han surgido con anterioridad al gobierno actual no se conocen lo que impide que esta ayuda al desarrollo se conozca y se reciban los aportes de esta cooperación.

La cooperación descentralizada en hermanamientos de ciudades es una herramienta valiosa que está siendo utilizada por los Municipio, para el fortalecimiento de políticas de desarrollo local. la cooperación descentralizada se dinamiza mediante procesos más estratégicos

---

<sup>77</sup>Carmen Milagro Romero Zuñiga- Universidad De La Guajira –Grupo De Investigación Cañaguat  
carmenmilagro@uniguajira.edu.co



fundamentados en asociaciones horizontales, durables y sostenibles que sobrepasan las tradicionales relaciones de ayuda a proyectos específicos.

Se privilegian las relaciones reciprocas soportadas en el interés mutuo y de beneficios conjuntos. Los procesos de Globalización han llevado a localidades a buscar mecanismos de inclusión en las dinámicas de los escenarios internacionales bajo el esquema de Diplomacia de ciudades , entendida como la actividad que desde los años ochenta realiza todo gobierno local con otras Naciones , con el propósito de fortalecer sus aspectos institucionales, económicos. Políticos y sociales

**PALABRAS CLAVES:** Cooperación Internacional -Cooperación Descentralizada -Ciudades Hermanas-Hermanamiento de ciudades

### **ABSTRACT**

Decentralized cooperation appears to be a fundamental issue in the strengthening of the organizational structures of local and regional characterist, and helps develop an innovative management model in the civil society through the transfer of technical knowledge, and the development of local abilities.

However, in spite of its potential, it is a cooperation that has not been widely used, it requires mechanisms of information, coordination and a collaborative planning effort between the actors involved in it as well as the condition for improving the effectiveness of the strengthen of the progress.

The lack of long-term plans are weakness in local authorities because in those towns twinning which have arisen previous to the current government it's no possible recognize the benefits that could be obtained from this cooperation.





Decentralized cooperation between Towns twinning is a valuable opportunity that is being used by the Municipality, to strengthen local development policies. Decentralized cooperation is energized through more strategic processes focused in horizontal, durable and sustainable partnerships which go beyond the traditional relations programs of mutual help. It go ahead to specific projects.

Decentralized cooperation in Town twinning is a valuable resource that is being used by the Municipality, to strengthen local development policies.

Decentralized cooperation in Town twinning supports reciprocal relations and strengthened mutual profits and privilege general benefits

The processes of globalization have led to localities to seek for mechanisms of inclusion in the dynamics of the international scene, under the scheme of democratic cities, understood it as the activity which since the eighties makes all local government with other nations, in order to strengthen institutional, economic aspects as well as political and social.

**KEYWORDS** -International Cooperation-Decentralized Cooperation-Sister Cities-Town twinning

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 52. IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS POTENCIALES PARA COLOMBIA EN EL COMERCIO CON PAÍSES DEL CARIBE.

Humberto Rafael Sparano Rada<sup>78</sup>

### RESUMEN

La búsqueda de mayor competitividad es un reto para los países, por lo que los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio (TLC) han facilitado la identificación de nuevos mercados internacionales. Los países del Caribe se constituyen en mercados potenciales, que no han sido aprovechados adecuadamente. Son grandes las oportunidades de negocios para Colombia, en especial para empresarios e inversionistas. Esta región ofrece ventajas por su ubicación estratégica para los mercados de USA, Unión Europea, América del Sur y países asiáticos, convirtiéndose en plataforma logística para fortalecer su comercio. Esta investigación permitirá divulgar las ventajas y beneficios que actualmente brindarían los países del Caribe, tales como, la estabilidad y seguridad a inversionistas que deseen instalarse dentro o fuera de la Zona Franca, crear centros productivos con exenciones de derechos arancelarios e impuestos a las remesas de utilidades, fortaleciendo la competitividad de las empresas colombianas hacia los mercados externos. Además los territorios extranjeros (franceses, holandeses, británicos y americanos), que se encuentran en la región del Caribe, facilitan el intercambio de productos con países de la Unión Europea y USA, a través de las preferencias arancelarias otorgadas por el Acuerdo de CARICOM y otros con características relevantes con

---

<sup>78</sup> Humberto Rafael Sparano Rada 1 Docente-Investigador Universidad Autónoma del Caribe GRUPO DE INVESTIGACIÓN: ERCONFI E-mail: hsparano@gmail.com.co



productos originarios de la región, lo que favorece su expansión y desarrollo económico. Por lo tanto, la región del Caribe se convierte en un mercado potencial para Colombia, en especial a proveedores, producto de las importaciones realizadas por la región desde el resto del mundo, lo que constituye un reto para mejorar la calidad de nuestros productos y servicios, fortalecer sectores productivos e incrementar la competitividad

**PALABRAS CLAVES:** Acuerdos Comerciales, Competitividad, Inversionistas, Negocios, Oportunidades

### **ABSTRACT**

The search of greater competitiveness is a challenge for countries, so commercial and free trade agreements (FTAs) have facilitated the identification of new international markets. Caribbean countries are constituted in potential markets, which have not been adequately exploited. They are great business opportunities for Colombia, especially for entrepreneurs and investors. This region offers advantages because of its strategic location for the markets of the USA, European Union, South America and Asian countries, becoming logistics platform to strengthen their trade. This research will promote the advantages and benefits that Caribbean countries currently would provide, such as stability and security to investors who wish to settle in or out of the Free Zone, creating productive centers with exemptions from customs duties and taxes on remittances utilities, strengthening the competitiveness of Colombian companies to foreign markets. Besides foreign territories (French, Dutch, British and American), who are in the Caribbean region, facilitate the exchange of goods with EU countries and USA, through tariff preferences granted by the CARICOM Agreement and others with relevant features to products originated in the region, which favors its expansion and economic development. Therefore, the Caribbean region



becomes a potential market for Colombia, especially for suppliers, as a result of imports done by the region from the rest of the world, which is a challenge to improve the quality of our products and services strengthen productive sectors and increase competitiveness.

KEY WORDS: Commercial Agreements, Competitiveness, Investors, Business, Opportunities.



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad**  
**Pontificia**  
**Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

**53. ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL ACUERDO COMERCIAL  
ALIANZA DEL PACÍFICO PARA EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA DEL MUNICIPIO  
DE SAN JUAN DE PASTO PARA EL AÑO 2015<sup>1</sup>**

David Esteban Enriquez Montero<sup>2</sup> Sandra Bolaños Delgado<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

The countries of the world have gradually inserted in globalization`s dynamics, productivity and competitiveness are factors that concern to the private, public and academic institutions, in cities even more in Pasto, where reality shows problems such as lack of competitiveness of products, few business internationalization processes, waste of comparative advantages, among others. This context sets the challenges faced by new professionals to formulate research that contributes to the revival and overhaul of the business sector, compared with the multiple challenges of globalization, particular case, economic integration agreements, which each once subscribe more often, given their importance for developing economies such as the case of Colombia, this justifies the need to specifically investigate one of these agreements, perhaps the most important in the last decade for the country, it`s The Alliance Pacific agreement signed by Colombia, Mexico, Peru and Chile, becoming the cornerstone of the strategy of internationalization and integration into the Asia Pacific region, driven by the actual government. The study's main objective is to determine the impact of this agreement on the horticulture sector of the city, this sector that has been prioritized in development and competitiveness plans, local and regional. The methodological approach is quantitative, given the use of surveys, and

<sup>1</sup> Artículo presentado como avance del trabajo de investigación en pregrado y semillero de investigación.



somewhat descriptive study is handled as correlational, for two variables to investigate, to date, has managed to make a documentary study of the agreement, defining the guidelines more impact on horticulture, and also a previous diagnosis of the population under study was performed, which allowed to enter the stage of field work, which is expected to gather information, which will meet the target of the investigation.

Key words: Economic Integration Agreement, Pacific Alliance, Asia Pacific Region, Horticultural Sector, Comparative advantages.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 54. LA VISION SISTEMICA EMPRESARIAL: UNA ALTERNATIVA PARA POTENCIAR LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS

Harvey Muralla Ariza <sup>1</sup> Martha Liliana Torres<sup>2</sup>-Barreto Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI

### RESUMEN

Las iniciativas relacionadas con el emprendimiento y la innovación son cada vez más valoradas alrededor del mundo. En las universidades este es uno de los pilares estratégicos, con presencia en ejes transversales, así también lo es en las diferentes instituciones públicas y privadas que lo están fomentando. El interés de esta propuesta es el emprendedor: aquella persona que está dispuesta a invertir sus esfuerzos y recursos para hacer realidad un sueño o una idea de negocio. El entorno colombiano está poblado de casos de emprendedores comprometidos, algunos han tenido éxito y otros no. ¿Cuáles son los factores que inciden en el crecimiento, desarrollo, sostenibilidad y perdurabilidad de las empresas? los académicos han estudiado diversos factores, tanto internos como externos a la empresa. La visión de Porter incluye una serie de Factores externos a la empresa (Porter, Modelo de Competitividad de las 5 Fuerzas de Porter, 1979), mientras que otros académicos se centran más en factores internos que puedan permitir a las empresas mantenerse en el mercado (Barney, 1991). Así, la propuesta de este artículo es reflexionar sobre uno de esos factores internos de la empresa: la Visión Sistémica Empresarial (VSE), visión que le permita gestionar sus recursos en la dirección

<sup>1</sup> Harvey Muralla Ariza Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI harvey1010@gmail.com

<sup>2</sup> Martha Liliana Torres-Barreto Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI porter@udi.edu.co



correcta para alcanzar una sostenibilidad. La VSE es una forma de entender la empresa a partir de un enfoque sistémico, donde existe un conjunto organizado de elementos interactuantes e interdependientes que se relacionan formando un todo unitario y complejo, los cuales se apoyan de manera conjunta para alcanzar un objetivo o fin común (Bertalanffy L. V., 1950) La VSE utiliza un conjunto de modelos empresariales que permiten ver la estructura y componentes de una empresa desde un enfoque sistémico, y se constituye en una herramienta de ayuda para los gerentes, empresarios y emprendedores al permitir analizar detalladamente su idea de negocio antes de invertir, permitiéndole conocer la estructura de su empresa, el impacto de sus decisiones, el alcance y su posición, así como las reglas del negocio, ayudando a visualizar la idea antes de iniciar su emprendimiento. La propuesta de este artículo es que la adopción de una Visión Sistémica Empresarial por parte de los directivos de las empresas, puede traer consigo la renovación de estructuras de gestión, la creación de modelos y prototipos empresariales, y un consecuente desarrollo competitivo y sostenible de las empresas.

Palabras clave: Emprendimiento, Visión Empresarial, Sistemas, Modelos de Negocio, Arquitectura Empresarial, Minería de Negocios, Estrategia



CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

**55. TITLE: THE CONQUEST OF INTERNATIONAL MARKETS: A STUDY OF THE  
VALUE CHAIN OF CALL AND CONTACT CENTRES IN COLOMBIA**

Andrés Bustos Torres

---

**ABSTRACT**

The subsectors of call and contact center have shown an increasing sales dynamic in Colombia. Those sales increased 10% per year in the last decade, representing a figure of COP\$ 2 billion in 2013. In the same time, the sector is an important generator of employment, in 2012, there was employed more than 140,000 people. This shows that the industry grows vigorously. However, we have noted an investigative gap in the analysis of these subsectors in terms of a lack of figures and statistics as a low attention of university centers and business associations in the elaboration of papers about these topics. This paper seeks to build the value chain of the BPO subsector known as call and contact center to identify the links where is generated more added value in the cases of Bogota and Manizales. Using the information of production and through surveys, we will analyze the internationalization strategy (born global, Uppsala model or clusters), the resources needed initially for the internationalization and the barriers present in this process. With this information, we will proceed to create different alternatives for companies to create more added value achieved in the different links of the value of chain and help them to provide their services in an optimal way. In the same way, we will propose different options to face the barriers of internationalization. For that, it is investigated the literature about the internationalization of this type of services, the public policies aimed at these subsectors, are observed and analyzed some cases in other emerging countries and finally cases of Bogotá and



Manizales will be analyzed through interviews with several entrepreneurs with internationalized companies.

KEY WORDS: Business internationalization, BPO, OFFSHORING, call and contact centers, internationalization of services.

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 56. INFLUENCIA GEOPOLÍTICA DEL PETRÓLEO PARA LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS

Diego Celis Prada<sup>1</sup> , Lizbeth Gómez Ayala<sup>2</sup> , Tatiana Gómez Sáenz<sup>3</sup> , Diego Romero Pontón<sup>4</sup> Universidad Pontificia Bolivariana Semillero SIANI Facultad de Administración de Negocios Internacionales Grupo GRICANI Bucaramanga, Colombia

### RESUMEN

Este proyecto de investigación busca analizar la influencia geopolítica del petróleo para los países latinoamericanos con reservas del crudo y determinar las repercusiones de la volatilidad del precio en sus economías. Esto debido a que en los últimos años, algunos países latinoamericanos se han vuelto dependiente de la explotación y exportación del petróleo, lo cual los ha vuelto dependiente de los precios internacionales de esta materia prima. Con este proyecto se busca establecer cuál es la importancia económica y política de este preciado bien en estados como México, Brasil, Venezuela y Colombia. Con el presente proyecto de investigación se busca establecer las implicaciones que tiene un tema de mucha actualidad

<sup>1</sup> Diego Celis Parada. Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail: diego.celis.2014@upb.edu.co

<sup>2</sup> Lizbeth Gómez Ayala. Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail: lizbeth.gomez.2014@upb.edu.co

<sup>3</sup> Tatiana Gómez Sáenz Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail: tatiana.gomez.2014@upb.edu.co

<sup>4</sup>Diego Romero Pontón. Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail:diego.romero.2014@upb.edu.co



como lo es geopolítica del petróleo en el área de las relaciones internacionales. El petróleo es uno de los elementos básicos alrededor de los cuales gira la geopolítica internacional. Los países con mayor nivel de desarrollo, demandan cada vez más crudo para sostener sus economías. Para cumplir el objetivo de este proyecto de investigación, inicialmente identificar los acontecimientos históricos relacionados con la industria petrolera que han tenido mayor trascendencia en la geopolítica Latinoamericana del petróleo, a continuación, analizar las políticas económicas más significativas que han adoptado los países latinoamericanos productores en las últimas dos décadas con entorno a las reservas del crudo y finalmente determinar el impacto de la volatilidad del precio del petróleo en las economías latinoamericanas.

Palabras claves: Geopolítica, petróleo, volatilidad, estrategia.





## 57. WATER GEOPOLITIC ANALISYS AND ITS IMPLICATIONS IN PACIFIC ALLIANCE MEMBERS' INTERNATIONAL RELATIONS

Marco Andrés Vasquez Mendez<sup>1</sup> GRICANI-SIANI Universidad Pontificia Bolivariana

---

### ABSTRACT

The hydro politic is a thematic that has caused conflict and generate international relations tension due to politic and economic interest that triggered the water nowadays. For that reason, some counties are creating laws to favor in benefit of a social wellness. In consequence, generate an objectives conflict caused by the lack of sector relation like public and private. This research project tries to establish the implications that has a current situation like the hydro politic in the international relations. The water is a necessary resource for human and during the last years has become in a scare resource due to point of view according the perception's change from natural to economic resource. The government's tries to keep the wellness of the citizens and this can affect the relations with other states by the control of hydric resources. To do the main objective of this research, was important identify the agreements related with the hydro politic that has been signed between Pacific Alliance countries, studying the economic, political and social implications of each agreement promoting the construction of an economic cooperation, showing the importance of the sustainability as the future economic key.

Key words: Alliance, Conflict, Policy, Sustainability, Water.

---

<sup>1</sup> Marco Andrés Vasquez Mendez , Estudiante pregrado Facultad Administración de Negocios Internacionales, GRICANI-SIANI Universidad Pontificia Bolivariana, marco.vasquez.2013@upb.edu.co

CONGRESO INTERNACIONAL  
EN **ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Una Mirada hacia la Internacionalización

Octubre 14,15 y 16 de 2015. Bucaramanga - Colombia

USA | El Salvador | Indonesia | Senegal | Canadá | Panamá | Colombia |



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana  
SECCIONAL BUCARAMANGA

## 58. ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING APLICADAS EN HOTELES DE 3 - 5 ESTRELLAS DEL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA

Ibeth Daniela Gutierrez<sup>1</sup>, Juan David Duarte<sup>2</sup>, Andrés Felipe Garcia<sup>3</sup>, Marco Vasquez  
Mendez<sup>4</sup> Universidad Pontificia Bolivariana

### RESUMEN

El neuromarketing es una herramienta esencial para el comercio actual debido a la ventaja que ofrece sobre los demás para llevar a cabo un correcto estudio de mercado, ya que muchas veces las empresas se preocupan en el producto pero nunca en el cliente. En Santander, el turismo ha sido una estrategia del gobierno local para generar transferencia de personas a través de la zona, por ello, se han invertido grandes sumas de dinero para seguir creciendo en este sector pero los resultados no son los mejores. Esta investigación pretende generar una estrategia basada en el neuromarketing para que las empresas del sector hotelero (posterior a una prueba piloto) y logren mejorar la situación actual del sector turismo, tras la puesta en marcha del gobierno local de atraer a 2.000.000 de turistas anuales al departamento de Santander, y ofrecer un buen servicio de hospedaje utilizando los casos de hoteles como Hard

<sup>1</sup> Ibeth Daniela Gutierrez, . Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail:

[ibeth.gutierrez@upb.edu.co](mailto:ibeth.gutierrez@upb.edu.co).

<sup>2</sup> Juan David Duarte, Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail: [juan.duarte@upb.edu.co](mailto:juan.duarte@upb.edu.co)

<sup>3</sup> Andrés Felipe Garcia, Estudiante de Administración de Negocios Internacionales E-mail:

[Andres.garcia@upb.edu.co](mailto:Andres.garcia@upb.edu.co)

<sup>4</sup> Marco Andrés Vasquez Mendez , Estudiante pregrado Facultad Administración de Negocios Internacionales, GRICANI-SIANI Universidad Pontificia Bolivariana, [marco.vasquez.2013@upb.edu.co](mailto:marco.vasquez.2013@upb.edu.co)



rock, Ace y Midness. Siendo competitivos con la transferencia de turistas extranjeros que llegarán a la región.

Palabras claves: cliente, competitividad, estrategia de internacionalización, neuromarketing, turismo