

# LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: E-MANAGEMENT

**Educación Superior:  
Investigaciones e Innovación**

## LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: E-MANAGEMENT

### PRESENTACIÓN

En el marco de la labor constante de la Fundación Universitaria Católica del Norte por fortalecer los procesos de ciencia, tecnología e innovación, se presenta a continuación la fundamentación conceptual de la línea de investigación E-management, la cual tributa de manera permanente a la consolidación del grupo de investigación E-management, fortaleciendo de este modo la cultura investigativa en los diferentes actores clave de nuestra institución.

Su actualización constante responde a la dinámica en que se encuentra inmersa la institución, en una sociedad cada vez más globalizada y donde la formación virtual debe involucrar no sólo la función sustantiva de docencia, sino también de extensión, internacionalización e investigación; además se enfoca en las necesidades manifiestas en el entorno diocesano, del departamento de Antioquia, el país y el mundo mismo.



## TABLA DE CONTENIDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: E-MANAGEMENT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	6
OBJETIVO GENERAL DE LA LÍNEA.....	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA LÍNEA.....	7
FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES DE LA LÍNEA .....	8
DEFINICIÓN DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	17
SUBLÍNEAS QUE CONSTITUYEN LA LÍNEA DE E-MANAGEMENT .....	18
Sublínea en Prospectiva y estrategia:.....	18
Sublínea en Emprendimiento e innovación:.....	19
Sublínea en gestión de la información contable y financiera: .....	20
Temáticas que abordará la sublínea .....	20
Sublínea en comercio y negocios internacionales:.....	21
Temáticas que abordará la Sublínea .....	21
Sublínea en Marketing:.....	22
GRUPOS DE INVESTIGACIÓN AFINES A LA LÍNEA E-MANAGEMENT DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA DEL NORTE.....	24
CONTROL DE ACTUALIZACIÓN DEL DOCUMENTO.....	28

## INTRODUCCIÓN

*“En efecto, está en juego el significado de la investigación científica y de la tecnología, de la convivencia social, de la cultura, pero, más profundamente todavía, está*



*en juego el significado mismo del hombre. Tal renovación exige la clara conciencia de que, por su carácter católico, la Universidad goza de una mayor capacidad para la búsqueda desinteresada de la verdad; búsqueda, pues, que no está subordinada ni condicionada por intereses particulares de ningún género”. Juan Pablo II (1990)*

El Plan de Desarrollo “Todos por un Nuevo País”, 2015 – 2018, tiene como propósito construir una Colombia en paz, equitativa y educada, promoviendo el fortalecimiento del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación y los procesos de transferencia de conocimiento para la competitividad del país que aporte a su desarrollo económico y social. De este modo, la Fundación Universitaria Católica del Norte en su misión formadora, dinamizadora y evangelizadora, con miras a contribuir en la construcción de una sociedad justa e incluyente, define en su plan de desarrollo, 2016 - 2020, las bases de su proceso hacia la alta calidad, que la lleven a posicionarse por su cultura investigativa e innovadora; para lograr esto ha determinado como objetivo estratégico, el fortalecimiento de la cultura de la investigación e innovación en articulación con las funciones sustantivas, para como un aporte al mejoramiento de la calidad y proyección institucional en las comunidades de incidencia.

Actualmente, la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas, y Contables, se encuentra conformada por los programas de Pregrado en Administración de Empresas y Contaduría Pública, Tecnología en Gestión de Servicios. Se observa una clara orientación hacia la disciplina de la administración y su relación con las TIC como elemento importante para el desarrollo de las actividades del administrador y/o del gestor administrativo, quien hoy está llamado a que sus acciones fomenten la calidad de vida de las personas, pensando en una economía para el desarrollo, con sentido ético. Se espera que, en esta línea de desarrollo integral en el contexto de la identidad institucional, pueda soportarse la inserción de nuevos programas en disciplinas afines, vinculadas entre sí o mejor que le permitan complementarse y fortalecerse, como lo son las ciencias económicas y contables.

La Facultad, en su tarea de proyectar la misión formativa y de generación de nuevo conocimiento, a través de la investigación, ha venido fortaleciendo su *línea de investigación*



E-management, enfocada hacia los énfasis temáticos de sus programas académicos el marketing, teletrabajo, prospectiva, estrategia, el emprendimiento, comercio y negocios internacionales, gestión de la información contable y financiera, responsabilidad y desarrollo territorial, como sublíneas para su desarrollo, en función del fortalecimiento de los programas actuales y futuros, su estructura curricular, las organizaciones y su aporte al desarrollo humano integral.

Observando este panorama, y para potenciar en mayor medida la calidad académica, a través de la investigación, se actualiza la línea de investigación Emanagement para potenciar y articular el estudio de las diferentes disciplinas que conforman la Facultad, aportando al cumplimiento de los objetivos institucionales<sup>1</sup>.

Para la Fundación Universitaria Católica del Norte es importante el ser humano y por consiguiente se define la investigación en función de generar beneficio y calidad de vida a la sociedad. Las ciencias administrativas, económicas y contables, tienen como objeto de estudio la organización (Hernández, Saavedra, & Sanabria, 2007) donde las personas son el centro de su accionar y desarrollo de sus procesos, los cuales se ven mejorados a través de la gestión de las tecnologías.

Esto se articula, al propósito del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología para que el desarrollo del conocimiento pueda extenderse a todas las regiones del país, de manera que las capacidades de Investigación y Desarrollo -I+D-, que hoy se localizan en algunos centros de mayor desarrollo ayuden a cerrar las brechas, que limitan la posibilidad de dar respuesta a los problemas sociales y económicos a partir del conocimiento y la innovación (Colciencias, 2017), desde el aporte de los diferentes agentes que conforman la sociedad.

Siendo consecuentes, es importante precisar que esta línea de investigación en E-Management busca en esencia promover la base del conocimiento administrativo y de gestión

---

<sup>1</sup> Introducción adaptada de Arias Arciniegas, Claudia Milena. (2013). Configuración y Fundamentación del Centro de Estudios Administrativos, Contables y Económicos. Fundación Universitaria Católica del Norte.



de los programas de la Facultad, donde la organización se convierte en transformador de la sociedad, a través del desarrollo profesional y personal de sus colaboradores; apoyándose en la tecnología con el fin de transformarse de forma rápida en una organización (empresarial o social) que aporta al desarrollo humano integral (Max Neef, 2009), volviendo al sentido humano de las disciplinas que hacen aporte al pensamiento económico.

La línea de investigación E-Management, propone profundizar en el estudio de las disciplinas económicas, administrativas y contables con gran interés en el desarrollo de competencias administrativas, gerenciales apoyadas en tecnologías de la información y comunicación, fortaleciendo la estructura curricular de los programas de la Facultad, que le permitan a sus futuros profesionales, adquirir las competencias necesarias para comprender el entorno, innovar, adaptarse a él, en medio de situaciones de incertidumbre y complejidad, tomar las mejores decisiones, con la comprensión de su actuar de manera responsable en la organización de la cual hacer parte y del territorio que habita.

## JUSTIFICACIÓN

Para la Fundación Universitaria Católica del Norte es importante el ser humano y por consiguiente se define la investigación en función de generar beneficio y calidad de vida a la sociedad. Las ciencias administrativas, económicas y contables, tienen como objeto de estudio la organización (Hernández, Saavedra, & Sanabria, 2007) donde las personas son el centro de su accionar y desarrollo de sus procesos, los cuales se ven mejorados a través de la gestión de las tecnologías.

Esto se articula, al propósito del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología para que el desarrollo del conocimiento pueda extenderse a todas las regiones del país, de manera que las capacidades de Investigación y Desarrollo -I+D-, que hoy se localizan en algunos centros de mayor desarrollo ayuden a cerrar las brechas, que limitan la posibilidad de dar respuesta a los problemas sociales y económicos a partir del conocimiento y la innovación (Colciencias, 2017), desde el aporte de los diferentes agentes que conforman la sociedad.



Siendo consecuentes, es importante precisar que esta línea de investigación en E-Management busca en esencia promover la base del conocimiento administrativo y de gestión de los programas de la Facultad, donde la organización se convierte en transformador de la sociedad, a través del desarrollo profesional y personal de sus colaboradores; apoyándose en la tecnología con el fin de transformarse de forma rápida en una organización (empresarial o social) que aporta al desarrollo humano integral (Max Neef, 2009), volviendo al sentido humano de las disciplinas que hacen aporte al pensamiento económico.

La línea de investigación E-Management, propone profundizar en el estudio de las disciplinas económicas, administrativas y contables con gran interés en el desarrollo de competencias administrativas, gerenciales apoyadas en tecnologías de la información y comunicación, fortaleciendo la estructura curricular de los programas de la Facultad, que le permitan a sus futuros profesionales, adquirir las competencias necesarias para comprender el entorno, innovar, adaptarse a él, en medio de situaciones de incertidumbre y complejidad, tomar las mejores decisiones, con la comprensión de su actuar de manera responsable en la organización de la cual hacer parte y del territorio que habita.

## **OBJETIVO GENERAL DE LA LÍNEA**

Promover el desarrollo de la investigación en las disciplinas administrativas, contables y económicas, que le permitan a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, fortalecer sus procesos misionales.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA LÍNEA**

- Identificar fundamentos, características, tendencias, problemas y oportunidades en torno a las ciencias administrativas, contables y económicas.
- Generar estudios que propendan por el fortalecimiento de los programas de la Facultad, las competencias necesarias del profesional de las ciencias administrativas,



contables y económicas, para comprender el entorno, adaptarse a él y saber tomar las mejores decisiones.

- Formular y desarrollar proyectos que desde las disciplinas de la Facultad, propendan por el desarrollo de las sublíneas de investigación propuestas, con impacto en el territorio.

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES DE LA LÍNEA

Las disciplinas económicas, administrativas y contables, se han fortalecido a través de supuestos que, si bien han mejorado elementos como el crecimiento económico, la productividad y la competitividad, han dejado un poco de lado la esencia de las organizaciones, las personas (Hernández et al., 2007), sin olvidar su fin último la vida del planeta y lo que allí habita. Podría decirse que, estamos en un momento crítico, con recursos que no son reemplazables ni renovables, por tanto, la mirada de la organización no puede seguir siendo sólo economicista, la tendencia es que las organizaciones cada vez requerirán una administración que trascienda más allá de la misma empresa y sean generadores de cambio en los territorios de incidencia.

Teniendo en cuenta lo anterior, los saberes que hacen parte de las disciplinas que conforman la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, se complementan y fortalecen en función de las organizaciones con una clara orientación al desarrollo humano integral, por ello se establece como énfasis transversal a la línea, la sublínea de responsabilidad social y desarrollo territorial. Ésta posee un carácter interdisciplinario, y se podría decir que sus doctrinas están estrechamente relacionadas entre sí, que a la vez se integran de manera armónica para la comprensión y abordaje de los desafíos que las organizaciones traen, teniendo en cuenta los cambios acelerados del mundo de la información y del conocimiento.



Parte de esos cambios, implica el identificar herramientas que le lleven al administrador y/o gestor administrativo a fortalecer la organización, aparecen aquí las tecnologías de la información y la comunicación permitiendo transformar rápida y eficazmente la organización hacia los objetivos propuestos, siendo más inteligente en la potenciación de los recursos, apoyada en el trabajo en red. La necesidad de organizaciones en red altamente dinámicas y apoyando sus especificidades conduce a los nuevos paradigmas de las Organizaciones Inteligentes y la Empresa Virtual (Veza, Mladineo & Gjeldum, 2015).

Surge entonces el concepto de e-mangement o electronic management, el cual fue acuñado por Francis Ohanyido como parte de los nuevos conceptos en evolución sobre eGovernance. Se trata del proceso de reunir a la gente para lograr los objetivos deseados. La gestión electrónica comprende la planificación, organización, dotación de personal, dirección o dirección y control de una organización (un grupo de una o más personas o entidades) o esfuerzo con el fin de lograr una meta a través del despliegue de las TIC y el uso de los recursos humanos y naturales (Mohamed Abdullah, 2014). La evolución de esta temática ha venido avanzando en los últimos años, pero es importante comprenderla no sólo desde un enfoque sino de manera multidisciplinar, entendiendo que su desarrollo es dinámico y emergente en la producción investigativa que se encuentra al respecto. Allí es posible identificar algunos retos como la implementación de la gestión virtual, las empresas inteligentes y la gestión del conocimiento, el surgimiento de un nuevo liderazgo, más social y centrado en las capacidades de las personas, de una manera más participativa y responsable con su entorno.

Este concepto es esencial puesto que explica el nombre de la línea de investigación en función del nacimiento de los programas académicos, a partir del programa de administración de empresas y la posterior conformación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. A continuación, se presentan algunos enfoques conceptuales de la línea de investigación que permitirán orientar su desarrollo, teniendo en cuenta la responsabilidad social y el desarrollo territorial como énfasis transversal y las TIC como herramienta necesaria para la gestión de la organización:



### **Desde la gestión, el conocimiento y la innovación:**

¿Qué implica hablar de Gestión? Según Ortiz Cantú y Pedroza Zapata (2006), la gestión nace del verbo francés *Gérer*, pero aclaran: “significa una forma más audaz y heterodoxa de administrar, lo cual no en el idioma inglés, donde sí existen los conceptos de “administration” (administración), “management” (gestión), “leadership” (liderazgo), o “direction” (dirección), con denotados distintos, acercándose el de gestión al de “management” (p.64). Explican que la traducción al español significaría entonces “hacer diligencias para conseguir una cosa”, por lo que la gestión podría verse orientada a la acción en redes de participantes donde éstos requieren, en medio de condiciones heterodoxas, ser estimulados para la creatividad conjunta, tal vez con medidas que podrían agredir (como lo señalaba Ospina antes) los cánones propios de la administración superando ciertos paradigmas de la acción. Esos paradigmas seguidos inercialmente de acuerdo con lo consuetudinario, que suele ser inconscientemente respetado, es lo que la gestión tiende a romper, ya que “La gestión implica la capacidad de operar sobre dimensiones clave de distintos sistemas y procesos, modificando sus estados y sus rumbos” (Albomaz y Fernández, 1997 p. 1180, citados por Ortiz Cantú y Pedroza Zapata, 2006)

En este sentido, la gestión del conocimiento actúa como fuente generadora de acciones y actividades innovadoras en la organización, lo que posibilita la generación de acciones y decisiones orientadas al logro de la sostenibilidad, mediante la utilización, en forma efectiva y productiva, de sus conocimientos, experiencias, capacidades y recursos. Por tanto, la gestión del conocimiento se constituye en una fuente permanente de innovación para la organización. Sin embargo, para que la innovación sea una fuente de ventajas competitivas sostenibles, es necesario desarrollar la capacidad para innovar en forma sistemática y de manera permanente; esto implica que "las organizaciones innovadoras han desarrollado, retenido y reproducido la innovación y rutinas de creación de conocimiento que dependen de procesos de aprendizaje y rutinas específicas que es difícil imitar y se constituyen en fuentes de ventaja estratégica." (Lewin y Massini, 2004, 210, Citado por Nagles García, 2007).



## Desde la Prospectiva y Estrategia:

La palabra prospectiva viene de la raíz latina prospectus que significa mirar hacia adelante. La prospectiva según Ben Martin (1995, citado por Mera, 2014) es el proceso de investigación que requiere mirar sistemáticamente el futuro de largo plazo en ciencia, tecnología, economía y sociedad, con el objetivo de identificar las áreas de investigación estratégicas y las tecnologías genéricas emergentes que generarán los mayores beneficios económicos y sociales.

En la historia de la prospectiva como ciencia, se puede mencionar la aparición de dos escuelas: la francesa que tiene un enfoque voluntarista y la inglesa cuyo enfoque es determinista. Una vez surge en Francia con Gaston Berger como una disciplina intelectual buscaba visualizar el futuro, viviendo el presente. Desde entonces uno de sus más grandes representantes de esta escuela francesa es el Michael Godet quien expuso la triada de la anticipación, participación y la acción, donde la utilización de la matriz de impacto cruzado es importante en la planificación estratégica.

Es oportuno mencionar el enfoque voluntarista que tiene un carácter humanístico, y cuya premisa es que el futuro si se puede cambiar. Por otra parte, la escuela inglesa, cuyo enfoque es determinista y cuya premisa es que el futuro no se puede cambiar, pero si se puede intervenir, abanderó la prospectiva como ciencia cuyo objeto es de adelantarse en lo tecnológico/armamentista como fundamento de la seguridad de Norteamérica en su deseo de blindarse en su puesto de liderazgo en el mundo. Sus mayores representantes son Olaf Helmer, Norman Dalkey, Herman Khan.

Lo principales prospectivistas de América latina como Guillermina Baena, mexicana; Eduardo Raúl Balbi, Argentina; Francisco Mojica, colombiano, han posicionado la disciplina como ciencia respondiendo a los 15 principales desafíos globales.



Hoy se evidencia la necesidad de realizar a través de la planeación estratégica un primer acercamiento a la realidad de las empresas para poder una vez se hace el diagnóstico incursionar en los estudios prospectivos, los cuales darán un grado de mayor confiabilidad a los proyectos condición de aceptación y viabilidad. El mayor aporte de tal reflexión estratégica salido el estudio prospectivo aportará fundamentos serios sobre el futuro de la empresa, la organización el sector, la región, el país y el proyecto como tal. De ahí la importancia del manejo y la aplicación de las herramientas como el MICMA, el MACTOR y el SMIC, las cuales nos proporcionan la información motivo de análisis a través de los objetivos que se buscan, las necesidades que se evidencian, los actores que interviene, y que nos llevan a pensar y trazar los distintos escenarios, dándonos la posibilidad de escoger aquel escenario que nos puede ofrecer las mejores oportunidades de sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente en el tiempo.

### **Desde el Comercio y los Negocios:**

El proceso expansivo de la globalización, ha demostrado que no hay un solo país que pueda considerarse autosuficiente y no le sean necesarias las relaciones con otros, lo que conlleva a los actores de la sociedad a entender la importancia del comercio internacional, demostrado a través de la interdependencia que se genera cada vez con mayor fuerza entre los países, permitiendo establecer un fenómeno de movimiento de recursos, capital y personas, en la comercialización de bienes y servicios, fomentando el crecimiento de las economías y empresas, permitiendo el mejorando el bienestar de las personas. El mercantilismo tiene sus inicios en Europa sobre el siglo XVI, en la aplicación de relaciones entre estados con el fin de expandir sus mercados a través de fomentar las exportaciones y mantenerlas en un nivel mayor a las importaciones <sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. Mercantilismo. Recuperado en Mayo del 2016. En :  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>



En este sentido la empresa misma debe concebirse en un marco globalizado, aprovechando los negocios internacionales a través de la oportunidad que generan las fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas, para así convertirse en el motor del expansionismo e innovación empresarial.

La Ventaja Absoluta transmitida por Adam Smith en su obra “The Wealth of Nations” de 1776 en donde determina la diferencia que tiene cada país a la hora de producir y cómo puede realizar ese aprovechamiento de recursos. Siguiendo con la teoría de la ventaja comparativa cuando David Ricardo se enfoca en la ventaja existente entre dos sectores económicos y la especialización en la producción de bienes para exportar y adquirir los demás de otros países.

En la historia del comercio internacional se puede hacer un seguimiento del surgir de las diferentes teorías que sustentan su implementación y adopción en cada estado a través de su política comercial, siendo los instrumentos adoptados por el estado para administrar las relaciones comerciales con los demás países.

Sobre el siglo XVIII inicia un importante aporte del liberalismo respondiendo a las grandes expectativas de crecimiento socioeconómico esperadas por la viviente industrialización, incidiendo en los costos de la autosuficiencia y la necesidad de la interdependencia del mercado común.

La política de liberalización adoptada por el país hace 26 años, ha enfocado sus esfuerzos en internacionalizar los mercados nacionales, permitiendo un mercado común en pro de la interacción de las empresas, estableciendo un camino que apoyado en las políticas comerciales y las iniciativas por generar estrategias de integración económica, aporten al crecimiento y la generación de las ventajas competitivas.

En este contexto es preciso tener en cuenta la importancia de los acuerdos generales que llevan a la implementación del comercio internacional, a través de los acuerdos



comerciales tales como; GATT (Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), OMC (Organización Mundial del Comercio, Convenio de Kyoto (base de la legislación aduanera) y diferentes acuerdos determinantes en operaciones internacionales.

Las investigaciones de la CEPAL 2016 (La Comisión Económica para América Latina y el Caribe) estableció su investigación en áreas de política comercial internacional en: Desarrollo Sostenible y los desafíos del financiamiento para el desarrollo, procesos de integración regional e Inclusión e innovación financiera, movilización de recursos internos, sector de servicios, entre otras perspectivas.<sup>3</sup>

El proceso de liberalismo articulando factores como la globalización integración, esta correlacionado con el neoliberalismo que responde a la necesidad de implementar reformas que conlleven a la expansión de la economía a través de la plena libertad de mercados.

### **Desde la gestión de la información contable y financiera:**

Una de las más grandes preocupaciones en la actualidad, es la administración económica, contable y financiera de las organizaciones, tanto públicas como privadas. Con el fin de realizar las proyecciones tanto de los recursos financieros como humanos, físicos, técnicos, tecnológicos y económicos, que vayan en la vía del desarrollo de la misma y la región en la cual se encuentra inmersa, y del capital humano que interactúa en ella. Las finanzas según Wong Cam, D (En línea), hace referencia a: "...un proceso que implica el manejo eficiente de los recursos de una empresa, y el conocimiento y la administración de las relaciones entre el mercado de capitales y la empresa. Las finanzas constituyen un equilibrio entre liquidez, riesgo y rentabilidad. Las finanzas corporativas, analizan el proceso que relaciona el mercado de capitales con las empresas". Así mismo, la contabilidad "Es la herramienta que se utiliza para elaborar la información de carácter económico y financiero.

---

<sup>3</sup> Comisión Económica para América Latina y El caribe. Recuperado en Mayo del 2016. En :

<http://www.cepal.org/es/publicaciones/1085-estudio-economico-america-latina-caribe-2013-tres-decadas-crecimiento-economico>



Proceso que recoge y selecciona información económico-financiera relevante, la interpreta y la registra, mostrando como producto final unos informes que sirven al usuario de los mismos en la toma de decisiones” (Segovia, 2008,22).

Con este énfasis de investigación se busca fortalecer la vida académica y la formación de comunidad investigativa, a través del desarrollo de competencias no solo laborales, sino de análisis del entorno y la posibilidad de aportar al proceso de consolidación de la gestión de la información económica, contable y financiera, como disciplinas de carácter social.

Lo anterior, permitirá desarrollar investigaciones básicas concernientes al soporte conceptual y epistemológico de las áreas económicas, contables y financieras, como de los estudios de la gestión de las organizaciones, todo en términos de revisión crítica y análisis de los discursos teóricos de estos campos de conocimiento, su relación con el contexto nacional e internacional y su fundamento como base para la reflexión permanente del grupo de investigación.

Referentes teóricos de las diferentes disciplinas económicas, contables y financieras, tales como Adam Smith, David Ricardo, Frederick Winslow Taylor, Henri Fayol, Elton Mayo, Peter Ferdinand Drucker, Michael Eugene Porter, y las normatividades que rigen las áreas contables y financieras como son las normas internacionales de información financiera NIIF, las bolsas de valores, entre otros.

### **Desde el marketing:**

El concepto actual de marketing parte de las necesidades del consumidor y trata de satisfacerlas; sin embargo, se pueden apreciar diferentes enfoques al respecto en la literatura consultada. El desarrollo del mundo actual induce a ver el mercadeo como una filosofía de la organización, a través de su concepción gira el desarrollo de la empresa; y el período actual del concepto de marketing (1990-2005). Más recientemente, el mercadeo ha tomado el carácter de ciencia del comportamiento aplicado encaminado en comprender las relaciones



entre compradores y vendedores; llegando a ver la influencia de las famosas TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) en un concepto denominado e-marketing y por otro lado el de marketing holístico<sup>4</sup>.

El Marketing<sup>5</sup> apareció en la literatura económica norteamericana a principios del siglo pasado, aunque con un significado distinto del actual. En Latinoamérica se suele traducir como “mercadología”, “mercadeo”, “comercialización” o “mercadotecnia”. Ninguno de los términos anteriores expresan todo el contenido de la palabra inglesa, por el contrario tienden a limitar su significado y objeto de estudio; razón por la cual, se considera que se debe utilizar la palabra “marketing”, la cual goza de un amplio reconocimiento internacional, siendo utilizada ampliamente en el campo académico y profesional, y reconocida por la Real Academia Española. A lo largo de este período se han propuesto muchas definiciones sobre el vocablo, no todas compatibles entre sí. Es una de las disciplinas que más definiciones tiene. Se han dividido en tres períodos: preconceptual (1900-1959), conceptualización formal (1960-1989) y período actual de marketing (1990-2005).

Kotler<sup>6</sup> (1972) plantea que el marketing “estudia específicamente cómo son creadas, estimuladas, facilitadas y valoradas las transacciones”. Aquí el autor se centra en el concepto de transacción, no considera el objetivo que persiguen las partes que intervienen en la misma y realiza una descripción del proceso a través de las variables clásicas: producto (creadas), promoción (estimuladas), distribución (facilitadas) y precio (valoradas). Posteriormente el propio Kotler (1980) señala que el marketing “es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través del proceso de intercambio”.

---

<sup>4</sup>Diccionario [www.merca20.com](http://www.merca20.com) > *Glosario de mercadotecnia; definición:* El marketing holístico, término que acuñó Philip Kotler, se refiere a esta idea de que para agregar valor a una marca, se debe crear una estrategia entre cliente, tecnología y empresa, sin dejar fuera una de la otra.

<sup>5</sup>**MERCADEO:** (En inglés: Marketing) según Philip Kotler (considerado padre del marketing); Mercadeo es «el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios». “Marketing no es el arte de vender lo que se ofrece, sino de conocer qué es lo que se debe vender”

<sup>6</sup> Para muchos, es el padre del Marketing moderno. Actualmente y desde 1988, el Dr. Philip Kotler ocupa la cátedra de Marketing Internacional S.C. Johnson & Son en la J.L. Kellogg Graduate School of Management, perteneciente a la Northwestern University en Chicago.



En este concepto se perciben ciertas modificaciones conceptuales al sustituir la variable transacción, más vinculada al de compraventa, por la de intercambio; además comienza a manifestar la idea de la satisfacción de las necesidades y deseos, pero sin especificar si esas necesidades y deseos son humanos, de los consumidores, intermediarios o de empresas productoras. Una definición similar es dada por Stanton y Futrell (1987) quienes refieren que el marketing “está constituido por todas las actividades que tienden a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades o deseos”. Las definiciones anteriores no hacen ninguna referencia a las dimensiones sociales, estas comienzan a partir de los años 90.

En correspondencia con Valdés y Muñoz (2002), más que una rama, disciplina, técnica, filosofía o ciencia, el marketing puede considerarse como una tecnología, o sea, como un sistema de conocimientos, métodos, procedimientos y técnicas científicas, teóricas y empíricas, aplicadas de forma sistemática y con determinados fines, a la producción y distribución de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas.

## **DEFINICIÓN DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Como parte del constante proceso de actualización de la Fundación Universitaria Católica del Norte, se ha definido la línea de investigación en E-management como aquella a través de la cual se busca promover el desarrollo de procesos investigativos sobre prospectiva y estrategia, marketing, emprendimiento e innovación, gestión e información contable y financiera, con un énfasis en responsabilidad social y desarrollo, que tengan impacto en lo empresarial, educativo y social, que le permitan al profesional de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, generar soluciones a las necesidades y oportunidades del entorno en el que habita y se desarrolla, apoyándose en herramientas de las TIC, para acceder a información y a la generación de análisis valiosos que aporten a la toma de decisiones.



La cual desde su fundamentación permitirá aportar al fortalecimiento y crecimiento del grupo de investigación en E-management con una configuración que se articula no sólo a los procesos de investigación institucionales, sino también del orden nacional, representados por el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel) Colciencias.

## **SUBLÍNEAS QUE CONSTITUYEN LA LÍNEA DE E-MANAGEMENT**

### **Sublínea en Prospectiva y estrategia:**

La sublínea en prospectiva y estrategia, se convierte en un elemento fundamental de la línea de investigación E-management, por la importancia que hoy los estudios prospectivos nos permiten traer el futuro al presente de la empresa, la organización, el sector productivo, la región, el país y el proyecto como tal. La planificación estratégica en la administración recibe un criterio de relevancia exponencial al momento de acceder a los estudios prospectivistas que le permite presentar el mejor escenario entre muchos para la viabilidad y sostenibilidad económica.

### **Temáticas que abordará la sublínea**

- Diagnóstico de la empresa.
- Planeación prospectiva estratégica.
- Identificación de las variables.
- El estudio de los actores.
- Escenarios de futuros posibles, reducción del riesgo y la incertidumbre.
- Prospectiva participativa.
- Ilación prospectiva de los proyectos.
- Productividad empresarial.
- Organizaciones inteligentes.
- Vigilancia estratégica e inteligencia competitiva.



- Desafíos globales para la humanidad.

### **Sublínea en Emprendimiento e innovación:**

La sublínea de Investigación en Emprendimiento, pretende buscar conocimiento a través del estudio de posibles problemáticas relacionadas con entornos específicos y que den cuenta no solo de oportunidades de negocio sino también de procesos de fortalecimiento empresarial; alineados con el contexto empresarial del país y de los interés institucionales, que aporten a la academia y la sociedad, brindando los elementos necesarios para que un individuo emprendedor aborde el emprendimiento desde la singularidad del sujeto, explicando las motivaciones, características y rasgos que tienen los emprendedores. Además del desarrollo emprendedor desde una perspectiva interna del sujeto y externa del medio en que se desarrolla, permitiendo evaluar los factores que determinan la viabilidad de los proyectos.

### **Temáticas que abordará la sublínea**

- El ser emprendedor
- Emprendimiento empresarial.
- Innovación empresarial.
- Emprendimiento Social.
- Emprendimiento, innovación y educación.
- Emprendimiento y desarrollo.
- El intraemprendimiento.
- Emprendimiento y los modelos empresariales.
- Emprendimiento Universitario.
- Emprendimiento y la sostenibilidad
- Emprendimiento y la responsabilidad social
- Emprendimiento y el valor compartido.
- Historia y desarrollo empresarial.
- Ecosistemas de emprendimiento, innovación y desarrollo empresarial.



### **Sublínea en gestión de la información contable y financiera:**

Teniendo en cuenta el acelerado desarrollo económico que viven en la actualidad las organizaciones y su inserción en lo que se ha denominado “la aldea global” y procesos como la revolución técnica y tecnológica, la integración económica, el acelerado impulso en la gran cantidad de bienes de consumo, el comercio electrónico, la protección de las ventajas del libre comercio, la bancarización, la compra y venta de divisas, bienes y servicios, entre otros, son aspectos que deben ser conscientemente analizados con el fin de construir nuevas variables, que permitan la adopción de teorías, regulaciones, conceptos y esquemas de gestión como alternativa para el desarrollo económico.

Por tanto, se debe establecer investigaciones con actitud crítica y de pensamiento complejo, que agrupe a docentes, estudiantes e investigadores a proyectos que permitan comprender y analizar los fenómenos que se presentan al respecto, proyectados en las temáticas que se mencionan a continuación.

### **Temáticas que abordará la sublínea**

- La economía global como ente regulador de los países, las organizaciones y la sociedad.
- Viabilidad financiera para la creación de nuevas empresas
- Generación, análisis e interpretación de información contable y financiera para la toma de decisiones.
- Operación del análisis contable (dualidad, circulación económica, entre otras)
- Regulación contable nacional e internacional
- Gestión de costos y gestión de productividad
- NIIF - NIC
- Procesos tributarios nacionales e internacionales
- Mercados financieros
- Negociaciones en bolsa y banca.



- Finanzas internacionales.
- Comercialización de nuevos productos y servicios On Line.

### **Sublínea en comercio y negocios internacionales:**

La sublínea de comercio y negocios internacionales, responde a la necesidad de la administración de los negocios más allá de la frontera, la afectación del mercado y la globalización en los procesos económicos, involucrando procesos de conformación de alianzas estratégicas entre países, para la conformación de tratados comerciales, bloques económicos y diferentes acuerdos internacionales de comercio. Permitiendo consigo un mejoramiento continuo en procesos logísticos del intercambio de bienes y servicios, inversión extranjera directa, mercadeo, etc.

Entendiendo los negocios internacionales más allá de una conversación en un lenguaje universal, incluye un análisis de los niveles de comercialización y capacidades negociadoras que permiten una operación comercial internacional, su implementación a través del estudio intercultural, geográfico, político y los demás factores externos que incluye.

### **Temáticas que abordará la Sublínea**

- Acuerdos comerciales vigentes para Colombia.
- Negociaciones internacionales y su afectación en los mercados regionales (importaciones y exportaciones).
- Logística internacional.
- Inserción en mercados internacionales.
- Estructura de regímenes cambiarios, aduaneros y arancelarios aplicados en el comercio exterior.
- Moneda y Banca internacional.



- Geopolítica.
- Relaciones Internacionales.
- Políticas arancelarias.

### **Sublínea en Marketing:**

En la sublínea se parte del hecho de que conocer las tendencias de los mercados y la evolución que sufre vertiginosamente el marketing permite desarrollar estrategias encaminadas al fortalecimiento y posicionamiento de las marcas; componentes que son columna vertebral para la Publicidad, puesto que de ellos depende que el mensaje que se seleccione llegue de forma eficaz y de la manera más adecuada según las características del mercado objetivo. en ésta se estudiará, interpretará, y evaluará básicamente aquellos aspectos relacionados con las perspectivas de los procesos organizacionales, sus cambios en el entorno, competencia, en la producción y distribución de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas actores claves del sistema organizacional, empresarial colombiano.

### **Temáticas que abordará la sublínea**

En la investigación de la Sublínea del Marketing se presenta algunos temas importantes que se pueden estar como posibles proyectos, el alcance de estos dependen del ciclo de formación del estudiante:

- Innovación y Desarrollo de productos.
- Desarrollo de Marcas. (se propone gestión)
- Marketing e innovación.
- E-Marketing.
- Marketing relacional.
- Marketing sectorial.
- Marketing Social.
- Comportamiento del Consumidor.
- Técnicas de ventas.
- Técnicas en la persuasión para la comercialización de productos y/o servicios.



- Tendencias en Merchandising
- Estrategias del Marketing Mix.
- Cultura de consumo.
- Marketing internacional.
- Plan de Mercadeo.
- Plan Estratégico.
- Investigación de mercados.

### **Sublínea en Responsabilidad Social y desarrollo territorial:**

Esta sublínea toma una de las orientaciones claras y necesarias en la formación integral a nuestros futuros profesionales y es la social, haciéndolos también responsables por su entorno, como generadores de soluciones a los problemas de las comunidades que los rodean, teniendo como primer recurso su conocimiento y sus valores como el norte de su desempeño profesional. Como líderes sociales, deben convertirse en potenciadores de relaciones interpersonales, que lleven a propiciar un clima de confianza, fortalecido a través de un adecuado manejo de la información, que soporte la toma de decisiones de una forma más interactiva y participativa (Rodríguez, 2014).

### **Temáticas que abordará la sublínea**

Así, esta sublínea abordará la orientación social de cada programa de la Facultad, tomará las temáticas relacionadas con:

- Responsabilidad social (empresarial, universitaria, entre otras.)
- La gerencia centrada en las personas (salud, bienestar, resiliencia, seguridad en el trabajo.
- Competitividad y sostenibilidad.
- Economía social y solidaria, economía naranja, economía circular, economía del buen vivir.
- Gestión social.
- Innovación social.



- Contabilidad social y medioambiental
- Contabilidad y ética.
- Desarrollo (territorial, local, sostenible, humano, integral).
- Finanzas sociales y sostenibles.
- Empresas sociales, B, inclusivas, inteligentes, entre otras.
- Empleo y responsabilidad social (flexibilidad laboral, teletrabajo).
- La empresa sustentable.
- Ética empresarial.

## **GRUPOS DE INVESTIGACIÓN AFINES A LA LÍNEA E-MANAGEMENT DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA DEL NORTE**

A continuación, se relacionan los nombres de algunos grupos de investigación del orden regional y nacional, cuya finalidad es congruente con la fundamentación conceptual de la línea.

Esto en congruencia con los lineamientos de Colciencias donde se estimula la cooperación entre grupos de investigación y sus investigadores. Al presentar la relación de estos grupos se espera proveer un panorama para los investigadores y demás agentes de interés de la institución sobre posibles aliados en el corto, mediano y largo plazo para fomentar procesos de ciencia, tecnología e innovación de manera articulada.

### **GRUPOS DE INVESTIGACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA**

- **UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**  
Facultad Economía y Administración  
Grupo de Investigación en Estudios Empresariales.  
Categoría C en Colciencias.



- **UNIVERSIDAD EAFIT**

Facultad de Economía y Finanzas  
 Grupo de Investigación en Finanzas y Banca  
 Categoría A1 en Colciencias.

- **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
 Grupo de Investigación FACEA (Comex)  
 Categoría C en Colciencias.

- **UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

Facultad de Ciencias Sociales  
 Grupo de Investigación en Gestión Organizacional – Gestor UdeA  
 Categoría B en Colciencias.

Grupo de Investigación en Emprendimiento, Finanzas y Gestión Organizacional  
 Categoría C en Colciencias.

### **GRUPOS DE INVESTIGACIÓN A NIVEL NACIONAL**

- **UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Facultad de Administración  
 Grupo de Investigación en Dirección y Gerencia.  
 Categoría A1 en Colciencias.



- **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA**

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Grupo de Investigación en contabilidad y finanzas.

Categoría B en Colciencias.

- **CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA**

Facultad de Ciencias Económicas

Grupo de Investigación en contabilidad, administración y economía.

Categoría B en Colciencias.

Facultad de Ciencias Económicas

Grupo de Investigación en Administración social.

Categoría A en Colciencias.

- **UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA**

Facultad de Ciencias Económicas

Grupo de Investigación en gestión, organizaciones y sociedad.

Categoría B en Colciencias.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Arias Arciniegas, Claudia Milena. (2013). Configuración y Fundamentación del Centro de Estudios Administrativos, Contables y Económicos. Fundación Universitaria Católica del Norte.

CASADO, E. G. (2009). Interoperabilidad y Administración electrónica: conéctense, por favor. Revista de Administración Pública, (179).



- Caton, J. (2013). Global futures forecast. EEUU: Intituto Global futures.
- Colciencias. (2017). Modelo de Medición de grupos de Investigación, Desarrollo Tecnológico o de Innovación y de Reconocimiento de Investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Mayo, BogotáD.C.
- Escobar, Wilmer (2013). Marco Legal para la Política Nacional del Emprendimiento. Revista M. Recuperado de: <http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>
- Franco R., R. (2011). Características de la Enseñanza Contable. En Franco R. Reflexiones Contables. Bogotá D.C.: Universidad Libre de Colombia. Pp. 125-178.
- Hernández, A., Saavedra, J., & Sanabria, M. (2007). Hacia la construcción del objeto de estudio de la administración: Una visión desde la Complejidad. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada.
- Juan Pablo II. (1990). Constitución Apostólica “Ex Corde Ecclesiae”. Roma.
- Mera Rodríguez, C. (2014). Pensamiento prospectivo: visión sistémica de la construcción del futuro. En Análisis. Vol. 46 N. 84. pp 89-104.
- Mohammed Abdullah. (2014). Humaid Possibility Of Applying The Electronic Management At Sana'a University Hawaii International Conference on Education, January 5-8.
- Nagles Gracia, N. (2007). La Gestión del Conocimiento como Fuente de Innovación. En Revista EAN. N. 51. P77-88.
- Neef, M. M. (2009). Conferencia El mundo en rumbo de colisión. Universidad Internacional de Andalucía, Sede la Rábida, España.
- Ortiz Cantú, S. & Pedrosa Zapata, A. (2006). ¿Qué es la gestión de la innovación y la tecnología (GINNT)? Journal of Technology Management & Innovation. v. 1, n. 2, p. 64-82. Obtenido de Redalyc. Acceso: 30 de noviembre de 2010.
- Paz, G. B. (2015). Planeación prospectiva estratégica. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de Mexico.
- Universidad del Rosario. (s.f.). Provincia del Guavio. Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de Caso Guavio visión prospectiva 2020: [www.urosario.edu.co/investigación](http://www.urosario.edu.co/investigación)
- Roca, T. (2014). Políticas y factores que contribuyen a la transferencia de tecnología en organizaciones del Perú. Revista Venezolana de Gerencia, 19(68).



- Rodríguez, F. F. (2014). Teoría de juegos: análisis matemático de conflictos. Métodos matemáticos en ciencias sociales, economía, finanzas y administración de empresas, 27
- Schwartz, P., & Medina Vásquez, J. (2011). La planificación estratégica por escenarios. Cuadernos de Administración, 14(21), 199-225.
- Vásquez, Rubén (2011). Antecedentes del emprendimiento caso colombiano. UNACIENCIA, Artículo No. 7 (pág 1-9). Recuperado de: <http://revistas.unac.edu.co/index.php/Unaciencia/article/view/100/77>
- Veza, I., Mladineo, M., & Gjeldum, N. (2015). Managing Innovative Production Network of Smart Factories. IFAC-PapersOnLine, 48(3), 555-560.
- Wong Cam, D. (s.f.). ¿Qué son las finanzas? Recuperado en octubre de 2015, En: <http://www.davidwongcam.com/libros/finanzascorp/introduccion.pdf>

## CONTROL DE ACTUALIZACIÓN DEL DOCUMENTO

El presente documento fue actualizado a los 4 días del mes de [julio] del año 2017 compilado por la investigadora Claudia Milena Arias Arciniegas, con los aportes conceptuales de los docentes Catherine Valencia Flórez, Diana Marcela González, Nicolás Reyes Bedoya, Carmen Cañas Escobar, Carlos Enrique Villegas López y Pablo López Tovar, pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Fundación Universitaria Católica del Norte.

