



**Católica del Norte**

Fundación Universitaria

# **GRUPO DE INVESTIGACIÓN E-MANAGEMENT**

**Educación Superior  
Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y  
Contables**

**[www.ucn.edu.co](http://www.ucn.edu.co)**



# Católica del Norte

Fundación Universitaria

○ V 2- mayo de 2024

[www.ucn.edu.co](http://www.ucn.edu.co)

## GRUPO DE INVESTIGACIÓN: E-MANAGEMENT

### 1. Generalidades del grupo

- Nombre del grupo: E-Management
- Código Minciencias: COL0102176
- Facultad a la que pertenece: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
- Líder: Rosa María Vélez Holguín
- Correo electrónico: rvelez@ucn.edu.co
- Enlace de acceso al GrupLac:  
[https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/login\\_gruplac/logout.do?\\_tableAction=resetAll](https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/login_gruplac/logout.do?_tableAction=resetAll)

### 2. Información del grupo

#### - Breve reseña del grupo

El grupo de investigación E-Management de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, se crea desde el año 2010, con el objeto de 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, y del territorio que habita, a nivel nacional e internacional.

- **Objetivo**

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.

3. **Actividades e investigación relacionado con la línea de investigación**

- **Línea de investigación:**

E-Management La línea de investigación E-Management, propuesta para la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, tiene como punto de partida llevar al estudiante a una cultura investigativa para la generación de nuevo conocimiento, e integrar de manera eficiente la academia al mundo empresarial, consolidando cada día más la relación que debe existir entre ellos, y así garantizar los distintos hallazgos en gestión y direccionamiento de las empresas; además de apoyar su despliegue en la investigación y el desarrollo, desde su compromiso ético y responsabilidad social, a nivel nacional e internacional.

- **Sublíneas y temas de interés**

• **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.
- Desafíos globales para la humanidad.

- **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 online.

### Sublínea en Comercio Exterior y Negocios Internacionales:

Los negocios internacionales según Daniels, Radebaugh, (2010 en línea): “... se originan por todas las transacciones comerciales entre dos o más países, donde participan tanto las empresas privadas como las del sector gubernamental”

El acelerado crecimiento económico de los países en los últimos tiempos, ha permitido que las empresas nacionales se abran a nuevos mercados más allá



de todo tipo de fronteras geográficas, buscando realizar operaciones de comercio exterior y negociaciones internacionales.

Para ello, desarrollan estrategias en el ámbito comercial como la apertura de mercados internacionales, los acuerdos de integración económica, la movilidad de capital y de personas, el desarrollo de nuevos productos y servicios con el fin de establecer negociaciones de compra y venta de los mismos, lo que ha conllevado a que las actuales empresas desarrollen estrategias que busquen satisfacer las necesidades de los diversos consumidores; es decir, el reto a superar ha sido la expansión de las organizaciones y la implementación de estructuras administrativas acordes con las demandas del medio.

Esta línea de investigación busca el desarrollo de las competencias necesarias para crear grupos de interés en torno al comercio exterior y los negocios internacionales, analizando situaciones del entorno y aportando al desarrollo de las PYMES y de las grandes empresas en los mercados internacionales.

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

- Internacionalización de las empresas
- Integración económica
- Formas de Ingreso a mercados internacionales
- Riesgos que ofrecen los mercados internacionales: cambiario, político, comercial, cultural, económico, religioso, entre otros.
- Evaluación de mercados potenciales
- Regímenes aduaneros
- Inversión Extranjera
- Régimen cambiario
- La globalización
- Geopolítica



- Relaciones internacionales
- Plan exportador
- Políticas Comerciales
- Teorías del comercio Internacional
- Mercadeo Internacional
- Distribución Física Internacional
- Variables de éxito y fracaso de las empresas en los mercados internacionales
- Logística Internacional
- Transporte, empaque y embalaje
- Responsabilidad social en los negocios internacionales
- Medio ambiente vinculado en las operaciones de comercio exterior y negocios internacionales
- Movilidad de factores productivos
- Tecnología e innovación en el comercio exterior y negocios internacionales
- Comercio electrónico
- Negocios internacionales y el manejo de divisas.
  - **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 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.

### 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)
- La empresa sustentable.
- 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, entre otras.
- Empleo y responsabilidad social.
- Ética empresarial.
- **Proyecciones y actividades**

Consecuentes con lo anterior, es importante precisar que el grupo de investigación en E-Management busca en esencia promover la base administrativa de los programas de la Facultad de Ciencias Económicas,

Administrativas y Contables, 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 ó social) que aporta al desarrollo humano integral (Max Neef, 2009), volviendo al sentido humano de las disciplinas que aportan al pensamiento económico y social, en pro de la transformación del entorno y en coherencia con el desarrollos de las políticas Institucionales y los requerimientos de Minciencias.

#### **Programas a los que está adscrito el Grupo de Investigación**

- **Tecnología en Gestión de Servicios Financieros**
- **Administración de Empresas**
- **Contaduría Pública**
- **Administración Financiera**
- **Negocios Internacionales**
- **Mercadeo**
- **Especialización en Gerencia de Negocios Internacionales**
- **Especialización en Gerencia Financiera**

