

XIII ENCUENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y ESPÍRITU EMPRESARIAL

"Transformando Ideas en Impacto: 50 Años de Investigación y Emprendimiento"

22 al 24 de octubre de 2024

Memorias

IV Coloquio Internacional de Investigación

ISSN: 3028-3078



Universidad Francisco
de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación

¡Construyendo Proyectos de Vida!

50
Años



Facultad de Ciencias
Administrativas
y Económicas



Expertos
Internacionales

**Memorias IV Coloquio Internacional de Investigación de la Facultad de Ciencias
Administrativas y Económicas**

22, 23 y 24 de octubre de 2024

Periodicidad: Semestral

Editor: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

www.ufpso.edu.co

Ocaña – Colombia

ISSN : 3028-3078

Compilador de Memorias: Doralba Coronel Coronel

CRÉDITOS

Wilder Quintero Quintero

Decano Facultad de Ciencias Administrativa y Económicas UFPSO

Equipo Centro de Investigación para el Desarrollo Regional CIDER UFPSO

Leidy Torcoroma Guerrero Prado
Directora Centro de Investigación
para el Desarrollo Regional "Cider"

Luz Leidy Chaya Pérez
Secretaria y apoyo Logístico

Harol Mauricio Coronel Álvarez
Coordinador Observatorio Laboral
y Económico

Gabriel David Camacho Murillo
Coordinador observatorio del Sector
Solidario

Stefania Arévalo Villarreal
Profesional de apoyo grupo de
investigación Gidse- Rota -Gicae

Genesis Roxanna Peñuela Mogrovejo
Profesional de apoyo Estadística

Yelena Alexandra Perez Quintero

COMITÉ CIENTÍFICO

Grupo de Investigación GIDSE

Grupo investigación GICAE

Grupo investigación ROTÁ

Contenido

Propuesta de Tarjetas Chip para el pago de Transporte Publico en la Cooperativa Cootranshacaritama Ocaña.	5
Estrategia de mejoramiento en el ámbito del clima organizacional en el restaurante Amaretto en Ocaña	7
Marketing digital y posicionamiento de la marca deportiva al mercado ocañero 2024	9
Viabilidad de una Escuela de Boxeo en Ocaña.....	10
Expansión de los talleres de confección	12
Ambiente laboral en las empresas de zona industrial.....	14
Influencia de la inteligencia emocional y el liderazgo en el éxito de los empresarios en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	16
Redes Sociales Como Estrategia De Crecimiento De Las Microempresas Del Sector Comercial En La Ciudad De Ocaña	18
Liderazgo y Comportamiento Organizacional en los Docentes de la UFPSO.....	20
Caracterización de los productos gastronómicos autóctonos elaborados por las comunidades indígenas del Guainía	22
Fracasos y éxitos de los empresarios del sector gastronómico del municipio de Ocaña ...	24
Análisis de la importancia del marketing digital en el sector de gastronomía, enfocado en el restaurante cuestarica, de Ocaña Norte de Santander.	26
Análisis de la gestión de recursos humanos en la empresa de domicilios VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander	28
Diagnóstico de causas y consecuencias de la migración en Ocaña, Colombia	32
Influencia de la contabilidad emocional en la toma de decisiones en los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.	34
Análisis del impacto de la formación ética en la profesión contable en el municipio de Ocaña, Colombia.....	36
El manejo finanzas personales en los estudiantes de contaduría pública de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	40
Las Redes Sociales Como Estrategia De Marketienk Para La Reducción De Costos	42

PRESENTACIÓN

La investigación académica constituye uno de los pilares fundamentales en la formación integral de los futuros profesionales, permitiéndoles no solo comprender los desafíos actuales del entorno, sino también proponer soluciones creativas, pertinentes y sostenibles. Bajo esta premisa, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas celebró el IV Coloquio Internacional de Investigación, un espacio diseñado para promover la participación activa de los estudiantes en la producción y socialización de conocimiento.

Este escenario se desarrolló en el marco del X Congreso Internacional Dossier 2024, evento que reúne a investigadores, académicos, empresarios y estudiantes de diferentes disciplinas con el propósito de reflexionar y aportar al desarrollo regional y global. La organización y liderazgo del Coloquio estuvieron a cargo del Centro de Investigación para el Desarrollo Regional (CIDER) y de los grupos de investigación GIDSE, ROTA y GICAE.

A lo largo de esta cuarta edición, los estudiantes de los programas de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera, Administración de Empresas y Contaduría Pública, compartieron los resultados de sus trabajos de aula, proyectos de investigación formativa y propuestas orientadas a atender problemáticas del entorno. Esta actividad representa, además, una oportunidad invaluable para fortalecer habilidades en investigación, comunicación académica y pensamiento crítico, elementos clave en la formación de profesionales con visión global y compromiso social.

Propuesta de Tarjetas Chip para el pago de Transporte Publico en la Cooperativa Cootranshacaritama Ocaña.

Proposal for Chip Cards for Public Transport Payment in the Cootranshacaritama Ocaña Cooperative.

**Karen Andrea Casadiego Zuluaga¹, Johan Andrey Sanguino Amaya², Stiven Levit Carrascal
Navarro³, Pablo Gilberto Herrera Bayona⁴**

Resumen: La Cooperativa de Transporte Cootranshacaritama enfrenta varios desafíos con su sistema de pago en efectivo, incluyendo problemas de gestión, billetes falsos, fraudes y robos. Para modernizar su operación, se propone implementar un sistema de pago mediante tarjetas con chip, que facilitaría transacciones electrónicas rápidas y seguras. Sin embargo, la adopción de este nuevo sistema presenta obstáculos significativos, especialmente la aceptación entre los usuarios, en particular los de mayor edad o aquellos menos familiarizados con la tecnología. Además, la inversión inicial requerida para desarrollar este sistema es un punto de preocupación.

El objetivo principal del proyecto es establecer un método de pago más eficiente en la cooperativa mediante el uso de tarjetas con chip. Se busca analizar la conveniencia de este sistema y qué factores serían más relevantes para los usuarios al considerar su implementación. También se pretende identificar los beneficios que estas tarjetas podrían aportar, como la reducción del tiempo de espera y la mejora en la seguridad de las transacciones.

La justificación del proyecto se basa en la necesidad de una estructura administrativa adecuada que permita a la cooperativa ser más eficiente en sus operaciones y atención al cliente. Utilizando herramientas como la matriz DOFA, se espera identificar puntos críticos en la implementación de las tarjetas con chip y así optimizar la gestión interna y la atención al usuario.

Palabras claves: cooperativa, pago, sistema, tarjetas, tecnología.

The Cootranshacaritama Transportation Cooperative faces several challenges with its cash payment system, including management issues, counterfeit bills, fraud, and theft. To modernize its operations, it proposes implementing a payment system using chip cards, which would facilitate fast and secure electronic transactions. However, the adoption of this new system presents significant obstacles, particularly user acceptance, especially among older users or those less familiar with technology. Additionally, the initial investment required to develop this system is a point of concern.

The main objective of the project is to establish a more efficient payment method in the cooperative through the use of chip cards. It seeks to analyze the convenience of this system and identify which factors would be most relevant to users when considering its implementation. The project also aims to identify the benefits that these cards could offer,

such as reducing wait times and improving transaction security.

The justification for the project is based on the need for an adequate administrative structure that allows the cooperative to be more efficient in its operations and customer service. By using tools like the SWOT matrix, it is expected to identify critical points in the implementation of chip cards, thus optimizing internal management and user attention.

Keywords: cooperative, payment, system, technology, cards.

Estrategia de mejoramiento en el ámbito del clima organizacional en el restaurante Amaretto en Ocaña

Improvement strategy in the field of organizational climate at the amaretto restaurant in Ocaña

Luis Samir Pacheco Guerrero¹, Paula Andrea Ruedas Ardila²

1. Administración de Empresas, UFPSO, CC. 1134929013, Ocaña, Norte de Santander, lspachecog@ufpso.edu.co
2. Administración de Empresas, UFPSO, CC.1092176783, Ocaña, Norte de Santander, paruedasa@ufpso.edu.co

Resumen: El trabajo se llevará a cabo con el objetivo de proponer un modelo de clima organizacional que fomente colaboración, respeto e innovación, aumentando la percepción de un ambiente laboral positivo entre los empleados. Esta propuesta se desarrollará considerando los objetivos específicos establecidos los cuales son: identificar las fortalezas y debilidades actuales del clima organizacional de los empleados, determinar las necesidades que presentan los empleados en cuanto al respeto, innovación y ambiente laboral, implementar programas de capacitación para fomentar habilidades de comunicación efectiva, resolución de conflictos y liderazgo positivo.

La presente investigación surge de la necesidad de diseñar un modelo de clima organizacional que permita maximizar la colaboración, el respeto y la innovación en el entorno laboral del Restaurante Amaretto Gourmet. En el contexto actual, las empresas enfrentan constantes desafíos para mantener un ambiente de trabajo positivo que favorezca tanto el bienestar de los empleados como el éxito organizacional. (Hernández Gracia, Duana Avila, & Polo Jiménez, 2020), nos dicen que, "gran parte la responsabilidad de garantizar relaciones laborales estables, positivas y agradables es de los líderes que ocupan los puestos directivos en las empresas." ciertamente es importante, los empleados esperan de un buen líder la capacidad de fomentar el trabajo en equipo, motivarlos y apoyarlos en la ejecución de sus tareas, hacia el logro de objetivos o metas en común.

Palabras clave: Empresa, Clima Organizacional, Innovación, Mejoramiento, Estrategia.

Abstract: The work will be carried out with the objective of proposing an organizational climate model that fosters collaboration, respect and innovation, increasing the perception of a positive work environment among employees. This proposal will be developed considering the specific objectives established which are: identify the current strengths and weaknesses of the organizational climate of the employees, determine the needs that employees present in terms of respect, innovation and work environment, implement training programs to promote skills. of effective communication, conflict resolution and positive leadership.

The present research arises from the need to design an organizational climate model that allows maximizing collaboration, respect and innovation in the work environment of the Amaretto Gourmet Restaurant. In the current context, companies face constant challenges to maintain a positive work environment that promotes both employee well-being and organizational success. (Hernández Gracia, Duana Avila, & Polo Jiménez, 2020), tell us that, "a large part of the responsibility for guaranteeing stable, positive and pleasant labor relations lies with the leaders who occupy management positions in companies." It is certainly important, employees expect from a good leader the ability to foster teamwork, motivate them and support them in the execution of their tasks, towards the achievement of common objectives or goals.

Keywords: Company, Organizational Climate, Innovation, Improvement, Strategy.

Marketing digital y posicionamiento de la marca deportiva al mercado ocañero 2024

Digital marketing and positioning of the sports brand in the Ocañero market 2024

María Valentina Puentes Pérez¹, Sharick Juliana Cortes Becerra², Miguel Armando Quintero Quintero³

1. Administración de Empresas, UFPSO, CC.1092177597, Ocaña Norte de Santander, mvpuentesp@ufpso.edu.co
2. Administración de Empresas, UFPSO, CC.1092731974, Ocaña Norte de Santander, sjcortesb@ufpso.edu.co
3. Administración de Empresas, UFPSO, Ocaña Norte de Santander, maquinteroq@ufpso.edu.co

Resumen: La investigación propone la influencia del marketing digital y posicionamiento de la marca deportiva Runaway al mercado ocañero. Debido a la brecha en el mercado, ya que las tiendas deportivas de Ocaña no cuentan con productos de Runaway en su inventario. Esta ausencia de opciones limita las alternativas de los consumidores locales que buscan productos deportivos de calidad y diseño innovador, como los que ofrece Runaway. El presente estudio busca comprender las razones detrás de esta limitada distribución de la marca Runaway en Ocaña. Se plantea como objetivo principal identificar los factores que obstaculizan la presencia de Runaway en este mercado y evaluar la viabilidad de introducir la marca a través de canales de venta digitales. Mediante el análisis de la influencia del marketing digital a las empresas; determinación de las necesidades y/o preferencias de los clientes ocañeros y propuestas estratégicas que afecten positivamente tanto a las empresas como a los clientes.

Palabras clave: Calidad, Distribución, Marketing digital, Runaway, Viabilidad.

Abstract: The research proposes the influence of digital marketing and positioning of the Runaway sports brand in the ocañero market. Due to the gap in the market, since Ocaña sports stores do not have Runaway products in their inventory. This lack of options limits the alternatives of local consumers who are looking for quality sports products and innovative design, such as those offered by Runaway. The present study seeks to understand the reasons behind this limited distribution of the Runaway brand in Ocaña. The main objective is to identify the factors that hinder Runaway's presence in this market and evaluate the viability of introducing the brand through digital sales channels. By analyzing the influence of digital marketing on companies; determination of the needs and/or preferences of Ocañero clients and strategic proposals that positively affect both companies and clients.

Keywords: Quality, Distribution, Digital marketing, Runaway, Viability.

Viabilidad de una Escuela de Boxeo en Ocaña

Viability of a Boxing School in Ocaña

Steven Andrés Hoyos Cárdenas¹, Miguel Leonardo Pérez Galvis²

1. Administración de Empresa, UFPSO, Cc:1130265901, Ocaña Norte de Santander, Colombia, sahoyosc@ufpso.edu.co

2. Administración de Empresa, UFPSO, Cc:1092731816, Ocaña Norte de Santander, Colombia, mlperezga@ufpso.edu.co

Resumen: La propuesta de investigación es buscar la viabilidad de una escuela de boxeo porque, ya que existen una cantidad considerable de escuelas de formación deportiva, pero hay una falencia, la gran mayoría de estas academias se enfocan en deportes como el fútbol, basquetbol, o natación. Dejando de lado otras actividades básicas, entre estas el boxeo. La carencia de una escuela de boxeo, es un grave vacío en el deporte ocañero, hay personas de todo tipo, desde niños que quieren dedicar su tiempo en esta disciplina, adolescentes que desean aprender defensa personal, hasta adultos con sobre peso que quieren cambiar sus hábitos de vida.

En lo cual por lo que nos basamos en esta investigación es poder brindar una ayuda a la comunidad de tal manera en caracterizar las personas que tienen interés por la escuela de boxeo, analizar que recursos son necesarios para que esta empresa sea rentable, proponer un plan de trabajo donde todo tipo de personas y con enfoques distintos se sientan cómodas. Este proyecto no solo satisfaría la demanda existente, sino que también tendría un impacto positivo en la sociedad ocañera. El boxeo puede ser una herramienta para fomentar la disciplina, la perseverancia y la salud entre los jóvenes y adultos. Además, podría convertirse en una tendencia en el municipio, al igual que el ciclismo y el running.

Palabras clave: Escuela de Boxeo, Comunidad, Disciplina, Educación, Viabilidad.

Abstract: The research proposal is to look for the viability of a boxing school because, since there are a considerable number of sports training schools, there is a shortcoming, the vast majority of these academies focus on sports such as soccer, basketball, or swimming. Leaving aside other basic activities, including boxing. The lack of a boxing school is a serious gap in Ocaña sports, there are people of all kinds, from children who want to dedicate their time to this discipline, teenagers who want to learn self-defense, to overweight adults who want to change their lifestyle habits.

What we base this research on is to be able to provide help to the community in such a way to characterize the people who are interested in the boxing school, analyze what resources are necessary for this company to be profitable, propose a work plan where all types of people

and with different approaches feel comfortable. This project would not only satisfy the existing demand, but would also have a positive impact on Ocaña society. Boxing can be a tool to promote discipline, perseverance and health among young people and adults. It could also become a trend in the municipality, like cycling and running.

Keywords: Boxing School, Community, Discipline, Education, Viability.

Expansión de los talleres de confección

Expansion of clothing workshops

Yulisa Sepúlveda Rodríguez¹, Dainy Lorena Franco Ávila²

1. Administración de empresas, UFPSO, Ocaña Norte de Santander, TI 1091593865
ysepulvedar@ufpso.edu.co

2. Administración de empresas, UFPSO, Ocaña Norte de Santander, CC 1091593865
dlfrancoa@ufpso.edu.co

Resumen: La investigación de los talleres de confección del sector de Ocaña, Norte de Santander, busca impulsar significativamente el desarrollo económico y social de la región, enfrenta varios desafíos que limitan su capacidad de expansión. En primer lugar, la falta de reconocimiento y visibilidad de los talleres y empresas de confección, este es considerado un obstáculo significativo ya que muchos habitantes no conocen estas iniciativas. Además, la carencia de recursos financieros se convierte en una grande dificultad ya que muchos emprendedores no tienen el capital necesario para mejorar los procedimientos o adquirir maquinaria avanzada; por otro lado, la limitada accesibilidad a tecnología impide que los talleres optimicen sus procesos, el poco manejo de marketing y publicidad. Se desarrollará mediante la determinación de la importancia de los talleres de confección en los nuevos mercados textiles, el diseño de estrategias para la expansión de los talleres de costura hacia nuevos mercados de confección y el establecimiento de alianzas con otros talleres o diseñadores y así compartir ideas y conocimientos y de esta manera hacer más visible el taller. La expansión de los talleres de confección en la región de Ocaña se fundamenta por la necesidad de fortalecer y entender esta industria que es la clave para el desarrollo económico y local. La economía colaborativa en los talleres de confección ofrece múltiples beneficios que transforma su operatividad y su relación con la comunidad, al permitir el acceso compartido a recursos como maquinarias y materiales, se reducen costos operativos lo que facilita la competitividad y la innovación en productos y técnicas. Esta colaboración fortalece las redes comunitarias fomenta la integración social y genera oportunidades de mercado al diversificar la oferta y abrir nuevas vías comerciales.

Palabras clave: Investigación, confección, desarrollo, expansión, alianzas

Abstract: The research on the sewing workshops in the Ocaña sector, Norte de Santander, seeks to significantly boost the economic and social development of the region, but faces several challenges that limit its capacity for expansion. Firstly, the lack of recognition and visibility of the sewing workshops and companies is considered a significant obstacle since many inhabitants are unaware of these initiatives. In addition, the lack of financial resources becomes a major difficulty since many entrepreneurs do not have the necessary capital to

improve procedures or acquire advanced machinery; on the other hand, the limited accessibility to technology prevents the workshops from optimizing their processes, as well as poor management of marketing and advertising. It will be developed by determining the importance of the sewing workshops in the new textile markets, the design of strategies for the expansion of the sewing workshops towards new clothing markets and the establishment of alliances with other workshops or designers to share ideas and knowledge and thus make the workshop more visible. The expansion of clothing workshops in the Ocaña region is based on the need to strengthen and understand this industry, which is the key to economic and local development. The collaborative economy in clothing workshops offers multiple benefits that transform their operations and their relationship with the community, by allowing shared access to resources such as machinery and materials, reducing operating costs, which facilitates competitiveness and innovation in products and techniques. This collaboration strengthens community networks, encourages social integration and generates market opportunities by diversifying the offer and opening new commercial avenues.

Keywords: Research, manufacturing, development, expansion, alliances

Ambiente laboral en las empresas de zona industrial

Work environment in industrial area companies

Jhonatan Mauricio Monroy Pacheco¹, Duván Heli Pacheco Gallardo²

1. Administración de empresas, UFPSO, T.I. 1.092.732.575, Ocaña, norte de Santander, Colombia, jmonroy@ufpso.edu.co

2. Administración de empresas, UFPSO, T.I. 1.091.661.392, Ocaña, norte de Santander, Colombia, dhpachecog@ufpso.edu.co

Resumen: El presente proyecto propone analizar el comportamiento y satisfacción de los trabajadores que operan en el sector industrial de la ciudad de Ocaña, frente a su ambiente laboral. Midiendo la satisfacción laboral en las empresas industriales de Ocaña, que igualmente analiza la efectividad de la comunicación interna, identificando los factores de riesgo psicosocial causado por la sobrecarga laboral. Debido a la influencia de nuevas tecnologías y el crecimiento de la industria en la región de Ocaña, empleados de pequeñas y medianas empresas del sector han presentado discusiones y altercados dentro de su entorno laboral, debido a la falta de comunicación en los establecimientos, el estrés laboral acumulado, que conlleva a retrasos y un funcionamiento más lento dentro de estas empresas, lo que desencadena una caída en la posición de las empresas en el estatus en el que son referentes. Como hemos mencionado estas dificultades retrasan la eficiencia y eficacia en la producción de las empresas que son objeto de estudio. Por tanto, este trabajo busca conocer la experiencia de los trabajadores y empleadores frente a esta problemática y como buscan mantener un entorno laboral que optimice el funcionamiento como empresa y mantenerse como líder en el sector económico en el que se desarrolla.

Palabras clave. Comportamiento, empresa, laboral, riesgo, satisfacción.

Abstract: This project proposes to analyze the behavior and satisfaction of workers who operate in the industrial sector of the city of Ocaña, regarding their work environment. Measuring job satisfaction in industrial companies in Ocaña, which also analyzes the effectiveness of internal communication, identifying psychosocial risk factors caused by work overload. Due to the influence of new technologies and the growth of the industry in the Ocaña region, employees of small and medium-sized companies in the sector have had discussions and altercations within their work environment, due to the lack of communication in the establishments, stress accumulated labor, which leads to delays and slower operation within these companies, which triggers a fall in the position of the companies in the status in which they are references. As we have mentioned, these difficulties delay the efficiency and effectiveness in the production of the companies that are the subject of the study. Therefore, this work seeks to understand the experience of workers and employers in the face of this

problem and how they seek to maintain a work environment that optimizes the functioning of a company and remains a leader in the economic sector in which it operates.

Keywords: Behavior, company, work, risk, satisfaction.

Influencia de la inteligencia emocional y el liderazgo en el éxito de los empresarios en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Influence of emotional intelligence and leadership on the success of entrepreneurs in the municipality of Ocaña, Norte de Santander.

Juan Felipe Andrés Sarmiento Delgado¹, Jenifer Yanina Manosalva Claro², Dina Alejandra Sánchez Rincón³

1. Administración de empresas, UFPSO, C.C 1092177901, Ocaña, Norte de Santander, Colombia, jfsarmientod@ufpso.edu.co
2. Administración de empresas, UFPSO, C.C 1098712396, Ocaña, Norte de Santander, Colombia, jymanosalvac@ufpso.edu.co
3. Administración de empresas, UFPSO, C.C 1005000154, Ocaña, Norte de Santander, Colombia, dasanchezr@ufpso.edu.co

Resumen: El estudio busca analizar la influencia de la inteligencia emocional y el liderazgo en el éxito de los empresarios del municipio de Ocaña, Norte de Santander. En un contexto empresarial cada vez más dinámico, es esencial que los empresarios desarrollen habilidades que les permitan enfrentar los desafíos y alcanzar los objetivos propuestos. La investigación explora cómo el liderazgo y la inteligencia emocional se relacionan directamente con la efectividad y eficiencia en la gestión empresarial, identificando tanto las prácticas más exitosas como las barreras que dificultan el progreso. El análisis también se enfoca en la importancia de fomentar estas competencias en el ámbito empresarial local, proponiendo estrategias que fortalezcan el liderazgo y la inteligencia emocional de los empresarios. Al desarrollar estas habilidades, no solo se busca el éxito individual de las empresas, sino que también se pretende generar un impacto positivo en la economía regional, impulsando el crecimiento económico, la creación de empleo y el fortalecimiento de las relaciones comerciales. De esta manera, la investigación pretende aportar al desarrollo integral del sector empresarial de Ocaña, destacando el papel fundamental que desempeñan el liderazgo y la inteligencia emocional en la construcción de empresas exitosas y en el crecimiento económico de la región. Al promover estas competencias, se contribuye al bienestar social y al progreso económico general de la comunidad.

Palabras clave: Inteligencia emocional, liderazgo, Empresarios, gestión eficiente, Toma de decisiones.

Abstract: The study seeks to analyze the influence of emotional intelligence and leadership on the success of entrepreneurs in the municipality of Ocaña, Norte de Santander. In an

increasingly dynamic business context, it is essential that entrepreneurs develop skills that allow them to face challenges and achieve the proposed objectives. The research explores how leadership and emotional intelligence are directly related to effectiveness and efficiency in business management, identifying both the most successful practices and the barriers that hinder progress. The analysis also focuses on the importance of fostering these competencies in the local business environment, proposing strategies that strengthen the leadership and emotional intelligence of entrepreneurs. By developing these skills, not only the individual success of the companies is sought, but also the generation of a positive impact on the regional economy, boosting economic growth, job creation and the strengthening of commercial relations. In this way, the research aims to contribute to the integral development of the business sector in Ocaña, highlighting the fundamental role played by leadership and emotional intelligence in the construction of successful companies and in the economic growth of the region. By promoting these competencies, it contributes to the social welfare and overall economic progress of the community.

Keywords: Decision making, Emotional intelligence, Effective management, Entrepreneurs, Leadership.

Redes Sociales Como Estrategia De Crecimiento De Las Microempresas Del Sector Comercial En La Ciudad De Ocaña

Social Networks as a Growth Strategy for Microenterprises in the Commercial Sector in the City of Ocaña

Luis Felipe Suarez Bayona¹, Brayan Enrique León²

1. Estudiante, Kra 9 N° 8A-20, 1096801051, Ocaña, Colombia, lfsuarezb@ufpso.edu.co , 0009-0002-7041-5570

2. Estudiante, Kra 12 N° 27-31 ,10916828169, Ocaña, Colombia, beleonv@ufpso.edu.co , 0009-0006-2468-7005

Resumen: El estudio tiene como objetivo identificar cómo las redes sociales contribuyen al crecimiento de las microempresas del sector comercial en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, Colombia. La investigación se centra en evaluar el impacto de estas plataformas en la visibilidad de la marca, la interacción con los clientes y el aumento de las ventas. Para ello, se utilizó un enfoque mixto que incluyó entrevistas y encuestas a propietarios de microempresas en Ocaña, con el fin de comprender el uso de las redes sociales en sus estrategias de marketing. Los datos obtenidos se analizaron tanto cuantitativa como cualitativamente, lo que permitió evaluar los efectos de las redes sociales en la visibilidad de las empresas, la interacción con los clientes y el crecimiento de las ventas. Se espera que las redes sociales, cuando se implementen de manera estratégica, incrementen la visibilidad de las microempresas y mejoren la interacción con los clientes, lo que resultaría en un aumento significativo de las ventas. Sin embargo, también se anticipa que muchas microempresas locales no están aprovechando plenamente estas plataformas debido a limitaciones tecnológicas y a la falta de conocimiento. La investigación discutirá las oportunidades y los retos que enfrentan las microempresas en Ocaña al implementar estrategias en redes sociales, y ofrecerá recomendaciones prácticas para superar barreras tecnológicas y educativas, mejorando el uso de estas herramientas digitales. En conclusión, las redes sociales tienen un gran potencial para impulsar el crecimiento de las microempresas en Ocaña. No obstante, es fundamental que las empresas adopten estrategias más efectivas y reciban el apoyo adecuado para optimizar su presencia en línea, mejorar su competitividad en el mercado y, en última instancia, aumentar su rendimiento comercial.

Palabras claves: crecimiento empresarial, microempresas, redes sociales, visibilidad, Comercio digital, transformación digital.

Abstract: The study aims to identify how social media contributes to the growth of microenterprises in the commercial sector of Ocaña, Norte de Santander, Colombia. The research focuses on evaluating the impact of these platforms on brand visibility, customer interaction, and increased sales. To achieve this, a mixed-method approach was used,

including interviews and surveys with microenterprise owners in Ocaña, in order to understand the use of social media in their marketing strategies. The data collected was analyzed both quantitatively and qualitatively, allowing for an evaluation of the effects of social media on business visibility, customer interaction, and sales growth.

It is expected that social media, when implemented strategically, will increase the visibility of microenterprises and improve customer interaction, resulting in a significant increase in sales. However, it is also anticipated that many local microenterprises are not fully utilizing these platforms due to technological limitations and lack of knowledge. The research will discuss the opportunities and challenges faced by microenterprises in Ocaña when implementing social media strategies and will provide practical recommendations to overcome technological and educational barriers, improving the use of these digital tools.

In conclusion, social media holds great potential to boost the growth of microenterprises in Ocaña. However, it is essential that businesses adopt more effective strategies and receive the necessary support to optimize their online presence, enhance their market competitiveness, and ultimately increase their business performance.

Keywords: Business growth, microenterprises, social media, visibility, digital commerce, digital transformation.

Liderazgo y Comportamiento Organizacional en los Docentes de la UFPSO

Leadership and Organizational Behavior in Faculty at UFPSO

Lilibeth Pedroza Madariaga¹, Sara Buelvas López²

1. Estudiantes, 1090982801, ocaña, Colombia, lpedrozam@ufpso.edu.co, 2639-5686

2. Estudiantes, 1082350112, ocaña, Colombia, slbuelval@ufpso.edu.co, 2504-3152

Resumen: En esta ponencia se presenta una investigación cuyo objetivo es describir de qué manera el liderazgo y el comportamiento organizacional influyen en la percepción que tienen los estudiantes sobre el desempeño y la motivación de los docentes en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (UFPSO). Para alcanzar este propósito, se llevó a cabo un estudio descriptivo y correlacional con un enfoque cuantitativo. Se aplicaron encuestas a una muestra representativa de 200 estudiantes, utilizando escalas que medían la percepción del estilo de liderazgo de sus docentes y las actitudes hacia el comportamiento organizacional en el aula. Los resultados de la investigación revelaron una correlación positiva significativa entre la percepción de un liderazgo transformacional por parte de los docentes y la satisfacción académica de los estudiantes. Aquellos estudiantes que identificaron un liderazgo efectivo tendían a mostrar un mayor compromiso con su aprendizaje y una mejor evaluación del desempeño docente. Además, se destacó que las estrategias de liderazgo inclusivo fomentan un ambiente colaborativo que beneficia la motivación y el rendimiento de los estudiantes. En conclusión, esta investigación resalta que el estilo de liderazgo y el comportamiento organizacional son factores clave que impactan la experiencia educativa de los estudiantes en la UFPSO. Un liderazgo adecuado no solo mejora la percepción y satisfacción de los estudiantes, sino que también contribuye a crear un clima institucional positivo. Se recomienda la implementación de programas de formación en liderazgo para los docentes, con el fin de potenciar su desarrollo profesional y, en consecuencia, mejorar la calidad educativa de la institución.

Palabras clave: liderazgo, comportamiento organizacional, docentes, motivación, calidad educativa

Abstract: This presentation outlines a research study aimed at describing how leadership and organizational behavior influence students' perceptions of faculty performance and motivation at the Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (UFPSO). To achieve this objective, a descriptive and correlational study was conducted with a quantitative approach. Surveys were administered to a representative sample of 200 students, utilizing scales to measure their perceptions of the leadership style of their instructors and attitudes toward organizational behavior in the classroom.

The results revealed a significant positive correlation between students' perceptions of transformational leadership by their instructors and their academic satisfaction. Students

who identified effective leadership tended to show greater commitment to their learning and provided better evaluations of faculty performance. Additionally, it was noted that inclusive leadership strategies foster a collaborative environment that enhances student motivation and performance.

In conclusion, this research highlights that leadership style and organizational behavior are key factors impacting students' educational experiences at UFPSO. Effective leadership not only improves students' perceptions and satisfaction but also contributes to creating a positive institutional climate. It is recommended that leadership training programs be implemented for faculty to enhance their professional development and, consequently, improve the educational quality of the institution

Keywords: Leadership, organizational behavior, faculty, motivation, and educational quality.

Caracterización de los productos gastronómicos autóctonos elaborados por las comunidades indígenas del Guainía

Characterization of the indigenous gastronomic products produced by the indigenous communities of Guainía

Alonso Moyano Mirabal¹, Luis Ángel Rangel Gullos²

1. Santa clara, 1121707884, Ocaña, Colombia, amoyanom@ufpso.edu.co, 941410 ORCID:0009-0006-6602-7400

2. Bambú, 1063496650, Ocaña, Colombia, larangelg@ufpso.edu.co, 941331 ORCID

Resumen: El estudio sobre la caracterización de los productos gastronómicos autóctonos elaborados por las comunidades indígenas del Guainía, Colombia, tiene como objetivo comprender su valor cultural, nutricional y económico, así como su relevancia en la preservación de la identidad cultural de estas comunidades. Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo que incluyó entrevistas a líderes comunitarios y cocineros tradicionales, así como encuestas a los miembros de las comunidades. Además, se realizaron talleres de elaboración de productos gastronómicos autóctonos, permitiendo la observación y documentación de los métodos de preparación. Se recolectaron muestras de ingredientes y productos terminados para realizar análisis sensoriales y nutricionales. Los resultados preliminares revelaron una rica diversidad de productos gastronómicos, que incluyen platos tradicionales como el casabe, la arepa de yuca y el pescado en hoja de plátano. Los ingredientes nativos como la yuca, el plátano, el maíz y diversas especies de peces son fundamentales en la dieta de estas comunidades. Los conocimientos ancestrales sobre técnicas de cultivo, recolección y preparación se transmiten de generación en generación, lo que contribuye a la riqueza cultural de la región. Los análisis nutricionales mostraron que estos productos son ricos en carbohidratos, fibras y proteínas, lo que contribuye significativamente a la seguridad alimentaria de las comunidades. La discusión sobre estos hallazgos destaca que la gastronomía autóctona no solo refleja la biodiversidad del Guainía, sino que también está intrínsecamente relacionada con la cosmovisión de las comunidades indígenas. Sin embargo, la preservación de estas prácticas gastronómicas enfrenta desafíos significativos, como la globalización y la pérdida de tierras, que amenazan tanto la biodiversidad como la identidad cultural. Es fundamental fomentar el reconocimiento y la valorización de la gastronomía indígena como parte integral del patrimonio cultural colombiano.

Por ende, la caracterización de los productos gastronómicos autóctonos del Guainía es esencial para promover políticas de conservación y desarrollo sostenible que fortalezcan la identidad cultural y mejoren la calidad de vida de las comunidades indígenas. Se recomienda la implementación de programas de educación y capacitación para involucrar a las nuevas generaciones en la preservación de su patrimonio gastronómico, así como la promoción de estos productos en mercados locales y nacionales para mejorar su comercialización.

Palabras clave: Gastronomía autóctona, Comunidades indígenas, Guainía, Identidad cultural, Productos tradicionales

Abstract: The study on the characterization of indigenous gastronomic products produced by the indigenous communities of Guainía, Colombia, aims to understand their cultural, nutritional and economic value, as well as their relevance in preserving the cultural identity of these communities. To carry out this research, a qualitative and quantitative approach was used that included interviews with community leaders and traditional cooks, as well as surveys of community members. In addition, workshops on the preparation of indigenous gastronomic products were held, allowing observation and documentation of preparation methods. Samples of ingredients and finished products were collected to perform sensory and nutritional analyses. Preliminary results revealed a rich diversity of gastronomic products, including traditional dishes such as casabe, cassava arepa and fish in banana leaves. Native ingredients such as cassava, banana, corn and various species of fish are fundamental in the diet of these communities. Ancestral knowledge about cultivation, harvesting and preparation techniques is passed down from generation to generation, contributing to the cultural richness of the region. Nutritional analyses showed that these products are rich in carbohydrates, fiber and protein, which contributes significantly to the food security of communities. The discussion on these findings highlights that indigenous gastronomy not only reflects the biodiversity of Guainía, but is also intrinsically related to the worldview of indigenous communities. However, the preservation of these gastronomic practices faces significant challenges, such as globalization and land loss, which threaten both biodiversity and cultural identity. It is essential to foster the recognition and appreciation of indigenous gastronomy as an integral part of Colombian cultural heritage. In conclusion, the characterization of indigenous gastronomic products of Guainía is essential to promote conservation and sustainable development policies that strengthen cultural identity and improve the quality of life of indigenous communities. It is recommended that education and training programmes be implemented to involve new generations in the preservation of their gastronomic heritage, as well as the promotion of these products in local and national markets to improve their marketing.

Keywords: Indigenous gastronomy, Indigenous communities, Guainía, Cultural identity, Traditional products.

Fracasos y éxitos de los empresarios del sector gastronómico del municipio de Ocaña

Failures and successes of entrepreneurs in the gastronomic sector of the municipality of Ocaña

Carlos Amaya¹, Sergio Sanguino²

1. Estudiante, Calle 7 #11-29, 1004363405, Ocaña, Colombia, carlitosamayaxd@gmail.com, 941415, <https://orcid.org/0009-0005-0966-617X>

2. Estudiante, Barrio El Llano, 1092254001, Ocaña, Colombia, ssanguinop@ufpso.edu.co, 941398, <https://orcid.org/0009-0005-4244-4173>

Resumen: En esta investigación se buscó identificar los factores que inciden en el fracaso y éxito de los empresarios del sector gastronómico en el municipio de Ocaña. Para ello, se utilizó un enfoque cualitativo que permitió explorar de manera profunda las experiencias de los empresarios. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a 30 emprendedores del sector, complementadas con grupos focales donde se discutieron los desafíos y oportunidades que enfrentan en su día a día. A través de un análisis temático de las transcripciones obtenidas, se pudieron identificar patrones y factores recurrentes que afectan significativamente el desempeño de estos negocios. Los hallazgos revelaron que la calidad del servicio al cliente es un aspecto fundamental para el éxito de los establecimientos gastronómicos. Los empresarios que logran brindar una experiencia memorable a sus clientes tienden a generar una mayor lealtad y, por ende, un incremento en sus ventas. Asimismo, la innovación en la oferta gastronómica se destacó como un factor clave; aquellos que se atreven a experimentar con nuevos platos o presentaciones lograron diferenciarse en un mercado competitivo. La gestión financiera también se identificó como un elemento crucial, ya que una administración adecuada de los recursos permite a los empresarios enfrentar las fluctuaciones del mercado. Por el contrario, varios factores contribuyen al fracaso de los negocios en este sector. La falta de planificación estratégica se presentó como un obstáculo importante, así como la escasa capacitación del personal, que limita la capacidad de los restaurantes para adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores. Además, la competencia desleal entre establecimientos emergió como un desafío adicional, afectando la rentabilidad de aquellos que buscan operar de manera ética. El contexto socioeconómico de Ocaña, que incluye factores como el turismo y el desarrollo local, también juega un papel relevante en las dinámicas del sector. En conclusión, los resultados de este estudio sugieren que, para mejorar el desempeño de los empresarios gastronómicos en Ocaña, es esencial implementar estrategias que fortalezcan tanto la capacitación como la gestión empresarial. Fomentar la innovación y establecer redes de colaboración entre los empresarios puede ser clave para mitigar los riesgos asociados al fracaso. Este análisis proporciona una base sólida para futuras intervenciones y políticas que apoyen el crecimiento sostenible del sector gastronómico en el municipio, contribuyendo así a su desarrollo económico y social.

Palabras clave: Innovación, Éxito empresarial, Fracaso empresarial, Capacitación, Redes de colaboración.

Abstract: This research sought to identify the factors that influence the failure and success of entrepreneurs in the gastronomic sector in the municipality of Ocaña. To do so, a qualitative approach was used that allowed for an in-depth exploration of the entrepreneurs' experiences. Semi-structured interviews were conducted with 30 entrepreneurs in the sector, complemented by focus groups where the challenges and opportunities they face on a daily basis were discussed. Through a thematic analysis of the transcripts obtained, recurring patterns and factors that significantly affect the performance of these businesses were identified.

The findings revealed that the quality of customer service is a fundamental aspect for the success of gastronomic establishments. Entrepreneurs who manage to provide a memorable experience to their customers tend to generate greater loyalty and, therefore, an increase in their sales. Likewise, innovation in the gastronomic offer was highlighted as a key factor; those who dare to experiment with new dishes or presentations managed to differentiate themselves in a competitive market. Financial management was also identified as a crucial element, as proper resource management allows entrepreneurs to cope with market fluctuations.

On the contrary, several factors contribute to business failure in this sector. Lack of strategic planning was presented as a major obstacle, as well as poor staff training, which limits the ability of restaurants to adapt to changing consumer demands. In addition, unfair competition between establishments emerged as an additional challenge, affecting the profitability of those seeking to operate ethically. The socioeconomic context of Ocaña, which includes factors such as tourism and local development, also plays a relevant role in the dynamics of the sector.

In conclusion, the results of this study suggest that, to improve the performance of gastronomic entrepreneurs in Ocaña, it is essential to implement strategies that strengthen both training and business management. Encouraging innovation and establishing collaboration networks between entrepreneurs can be key to mitigating the risks associated with failure. This analysis provides a solid basis for future interventions and policies that support the sustainable growth of the gastronomic sector in the municipality, thus contributing to its economic and social development.

Keywords: Innovation, Business success, Business failure, Training, Collaboration networks.

Análisis de la importancia del marketing digital en el sector de gastronomía, enfocado en el restaurante cuestarica, de Ocaña Norte de Santander.

Analysis of the importance of digital marketing in the gastronomy sector, focused on the Cuestarica restaurant, in Ocaña Norte de Santander.

Cristian Eduardo Arévalo Rangel¹,

1. Estudiante, kdx 252-260. 1091652855, Ocaña, Colombia, cearevalor@ufpso.edu.co, <https://orcid.org/0009-0002-7042-6747>

Resumen: La presente investigación tiene como objetivo analizar la importancia del marketing digital en el sector gastronómico caso cuestarica, para ello, se utilizó un enfoque metodológico mixto que combinó encuestas al propietario del establecimiento y análisis de presencia digital, así como entrevistas a consumidores sobre sus hábitos de elección de restaurantes. Los resultados esperados incluyen la identificación de las herramientas digitales más efectivas en la promoción de los negocios gastronómicos, así como una mayor comprensión de cómo estas estrategias afectan la percepción de marca y la lealtad del cliente. Se anticipa que los datos revelen un uso limitado de marketing digital entre algunos restaurantes, lo que podría limitar su alcance y potencial de crecimiento. En la discusión, se argumenta que, a pesar de la creciente digitalización, muchos restaurantes en Ocaña aún no aprovechan plenamente el marketing digital. Esto plantea un reto, ya que la falta de visibilidad en línea puede resultar en la pérdida de clientes potenciales frente a competidores más activos en el entorno digital. Además, se destacan las oportunidades que ofrece el marketing en redes sociales y la publicidad en línea para atraer un público más amplio. En conclusión, el marketing digital se presenta como una herramienta esencial para el desarrollo del sector gastronómico en Ocaña. La investigación subraya la necesidad de que los restaurantes implementen estrategias digitales efectivas para mejorar su visibilidad y competitividad. Se recomienda fomentar la capacitación en marketing digital entre los propietarios y empleados del sector, asegurando así un aprovechamiento óptimo de estas herramientas para el crecimiento sostenido de sus negocios.

Palabras clave: marketin digital, clientes, redes sociales.

Abstract: The objective of this research is to analyze the importance of digital marketing in the gastronomic sector in the case of Costa Rica. For this purpose, a mixed methodological approach was used that combined surveys of the owner of the establishment and analysis of digital presence, as well as interviews with consumers about their eating habits. choice of restaurants. The expected results include the identification of the most effective digital tools in promoting gastronomic businesses, as well as a greater understanding of how these strategies affect brand perception and customer loyalty. The data is anticipated to reveal limited use of digital marketing among some restaurants, which could limit their reach and growth potential. In the discussion, it is argued that, despite growing digitalization, many

restaurants in Ocaña still do not take full advantage of digital marketing. This poses a challenge, as a lack of online visibility can result in the loss of potential customers to more digitally active competitors. Additionally, the opportunities offered by social media marketing and online advertising to attract a wider audience are highlighted. In conclusion, digital marketing is presented as an essential tool for the development of the gastronomic sector in Ocaña. The research highlights the need for restaurants to implement effective digital strategies to improve their visibility and competitiveness. It is recommended to promote training in digital marketing among owners and employees of the sector, thus ensuring optimal use of these tools for the sustained growth of their businesses.

Keywords: digital marketing, clients, social networks

Análisis de la gestión de recursos humanos en la empresa de domicilios VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander

Analysis of human resources management in the VIIIAL home delivery Company in Ocaña, Norte de Santander

Katherin Susana Serrano Arévalo¹, Danna Valentina Montoya Vergel²

1. T.G.C.F, UFPSO CC 1092731761, Ocaña, Colombia, ksserranoa@ufpso.edu.co, 941400

2. T.G.C.F, UFPSO CC 1005210808, Ocaña, Colombia, dvmontoyav@ufpso.edu.co, 941421

Resumen: La investigación busca evaluar los procesos de reclutamiento y selección de personal en VIIIAL para identificar áreas de mejora que contribuyan a una mayor adecuación de talento al puesto, también busca analizar la rotación de personal en la empresa identificando sus causas y proponiendo medidas para reducirlas e Investigar las políticas de capacitación y desarrollo profesional incrementadas en VIIIAL y su relación con la motivación y productividad de los empleados, es importante incorporar métodos de evaluación más avanzados, como entrevistas por competencias y evaluaciones psicométricas que ayuden a medir tanto las habilidades técnicas como las blandas de los empleados. Esto permitirá una evaluación más precisa y alineada con los valores y objetivos de la empresa, A partir de este análisis, se espera generar un informe detallado que resuma el proceso actual de reclutamiento y selección en VIIIAL que no está alineado con los objetivos de la empresa. Además, se presentarán propuestas claras y viables para mejorar la eficiencia y efectividad del proceso. Estas mejoras no solo tendrán un impacto positivo en la productividad, sino también en el clima organizacional, al asegurar que los empleados seleccionados sean los más adecuados para los puestos disponibles

Palabras clave: Reclutamiento, Procesos, Personal, Productividad, Transporte

Abstract: The research seeks to evaluate the recruitment and selection processes of personnel in VIIIAL to identify areas of improvement that contribute to a greater adaptation of talent to the position, it also seeks to analyze personnel turnover in the company, identifying its causes and proposing measures to reduce them and investigate them. the increased training and professional development policies in VIIIAL and its relationship with employee motivation and productivity, it is important to incorporate more advanced evaluation methods, such as competency-based interviews and psychometric evaluations that help measure both the technical and soft skills of the employees. This will allow a more precise evaluation aligned with the company's values and objectives. From this analysis, it is expected to generate a detailed report that summarizes the current recruitment and selection process at VIIIAL that is not aligned with the company's objectives. In addition, clear and viable proposals will be presented to improve the efficiency and effectiveness of the process. These improvements will not only have a positive impact on productivity, but also on the organizational climate, by ensuring that the selected employees are the most suitable for the

available positions.

Keywords: Recruitment, Processes, Personnel, Productivity, Transportation.

Factores asociados a los trastornos de conducta alimentaria de los estudiantes de Tecnología en Gestión Financiera y Comercial en la UFPSO en su rendimiento académico

Factors associated with eating disorders of Technology students in Financial and Business Management at UFPSO in their academic performance

Ribaldo Arley Galvis Ballesteros¹, Yamid Esneider Bastos Pacheco²

1. T.G.C.F, UFPSO CC 1092670507, Ocaña, Colombia, ragalvib@ufpso.edu.co

2. T.G.C.F, UFPSO CC 1094573451, Ocaña, Colombia, yebastosp@ufpso.edu.co

Resumen: Los trastornos de conducta alimentaria en un fenómeno que ha ido en aumento en las últimas décadas. Para hacer un cambio en la sociedad se deberían implementar medidas funcionales para mitigar estos mismo; sin embargo, el desconocimiento y falta de identificación dejan una brecha gigante. En el entorno académico, se ha observado un aumento en la preocupación por los trastornos de conducta alimentaria (TCA) entre los estudiantes; a través de este proyecto de investigación se busca identificar los factores influyentes y las prevalencias de los trastornos de conducta alimentaria (TCA) en los estudiantes de Tecnología en Gestión Comercial y Financiera en la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña (UFPSO), así como su impacto en el desempeño académico. El enfoque metodológico del proyecto se centró de forma cuantitativa que permitirá dar resultados estadísticos. En el primer avance del proyecto se encontró existen diversos factores asociados que desembocan algún tipo de (TCA) como: Factores Psicológicos, Factores Biológicos, Estrés Académico, Presión Social, Estilos de vida, Influencia de las Redes Sociales. A medida que se avanza en la investigación, se espera que los datos obtenidos no solo iluminen la prevalencia y las causas de estos trastornos, sino que también sirvan como base para desarrollar estrategias de intervención y mitigación que promuevan la salud mental y el bienestar de la comunidad estudiantil Este enfoque proactivo puede contribuir significativamente a cerrar la brecha de conocimiento y atención en torno a los TCA, favoreciendo un entorno académico más saludable y sostenible.

Palabras clave: Trastornos de conducta alimentaria (TCA), Desconocimiento, Factores influyentes, Entorno académico.

Abstract: Eating disorders are a phenomenon that has been increasing in recent decades. To make a change in society, functional measures should be implemented to mitigate these; However, ignorance and lack of identification leave a giant gap. In the academic setting, there has been an increase in concern about eating disorders (EDs) among students; Through this research project, we seek to identify the influencing factors and prevalence of eating disorders (ED) in students of Technology in Commercial and Financial Management at the Francisco de Paula Santander University Ocaña Section (UFPSO), as well as its impact on academic performance. The methodological approach of the project was focused on a

quantitative manner that will allow statistical results to be provided. In the first progress of the project, it was found that there are various associated factors that lead to some type of (ED) such as: Psychological Factors, Biological Factors, Academic Stress, Social Pressure, Lifestyles, Influence of Social Networks. As research progresses, it is hoped that the data obtained will not only illuminate the prevalence and causes of these disorders, but also serve as a basis for developing intervention and mitigation strategies that promote the mental health and well-being of the population. student community This proactive approach can significantly contribute to closing the knowledge and care gap around EDs, promoting a healthier and more sustainable academic environment.

Keywords: Eating disorders (ED), Lack of knowledge, Influential factors, Academic environment.

Diagnóstico de causas y consecuencias de la migración en Ocaña, Colombia

Diagnosis of causes and consequences of migration in Ocaña, Colombia

Janner D. Pérez Díaz¹, María Ginet Angarita²

1. T.G.C.F, UFPSO Vía Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, Norte de Santander, C.C 1.064.843.468, Río de Oro (Cesar), Colombia, jdperezd@ufpso.edu.co, 941408.

2. T.G.C.F, UFPSO Vía Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, Norte de Santander, CC 1092175421, Ocaña, Colombia, mgangarita@ufpso.edu.co

Resumen: En la presente investigación tiene como objetivos principales diagnosticar las causas y consecuencias de la migración en Ocaña, Colombia. Este municipio, ubicado en el departamento de Norte de Santander, ha experimentado cambios significativos en su dinámica poblacional debido a factores tanto internos como externos. En este sentido, busca contribuir a la comprensión migratorio en Ocaña, brindando información útil para la toma de decisiones. Asimismo, el objeto de estudio se empleó un enfoque mixto (Cuantitativo y Cualitativo). Se realizaron 100 encuestas para recolectar información cuantitativa, complementado con 10 entrevistas semiestructuradas a migrantes y líderes comunitarios para explotar los aspectos cualitativos del fenómeno migratorio. Las encuestas analizarán factores como el empleo y el acceso a servicios, mientras que las entrevistas profundizarán en experiencias migratorias y percepciones comunitarias. Además, los datos obtenidos de la encuestas y entrevistas esperamos encontrar las opiniones y experiencias puntuales de las causas que permita tener una mirada exhaustiva de la población migrante, considerando variables como el género, la edad, el tiempo de residencia y la situación laboral. Finalmente, llegamos a la conclusión que la migración hacia Ocaña, impulsada principalmente por factores económicos y de seguridad, ha generado un impacto significativo en la región. Si bien ha habido mejoras económicas para los migrantes y la ciudad, también se han presentado desafíos relacionados con la integración social y la capacidad de los servicios públicos para atender a una población en crecimiento.

Palabras clave: Causas de la migración, fenómeno migratorio, factores externos e internos, enfoque mixto, migrantes.

Abstract: The main objectives of this research are to diagnose the causes and consequences of migration in Ocaña, Colombia. This municipality, located in the department of Norte de Santander, has experienced significant changes in its population dynamics due to both internal and external factors. In this sense, it seeks to contribute to the understanding of migration in Ocaña, providing useful information for decision-making. Likewise, the object of study used a mixed approach (Quantitative and Qualitative). 100 surveys were conducted to collect quantitative information, complemented by 10 semi-structured interviews with migrants and community leaders to exploit the qualitative aspects of the migration

phenomenon. The surveys will analyze factors such as employment and access to services, while the interviews will delve into immigration experiences and community perceptions. Furthermore, with the data obtained from the surveys and interviews, we hope to find specific opinions and experiences of the causes that allow us to have a comprehensive look at the migrant population, considering variables such as gender, age, length of residence and employment situation. Finally, we conclude that migration to Ocaña, driven mainly by economic and security factors, has generated a significant impact in the region. While there have been economic improvements for migrants and the city, there have also been challenges related to social integration and the ability of public services to serve a growing population.

Keywords: Causes of migration, migratory phenomenon, external and internal factors, mixed approach, migrants.

Influencia de la contabilidad emocional en la toma de decisiones en los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Influence of emotional accounting on decision making in students at the Francisco de Paula Santander Ocaña University.

Liceth Katherine Carreño Bautista¹, Wendy Gisel Carbonero Díaz², Shaira Liney Ortiz Pérez³

1. Universidad Francisco de Paula Santander, 1092177069, Ocaña, Colombia, lkcarrenob@ufpso.edu.co., <https://orcid.org/0009-0004-4698-2991>

2. Universidad Francisco de Paula Santander, 1048992017, Ocaña, Colombia, wgcarbonerod@ufpso.edu.co., <https://orcid.org/0009-0004-8952-8166>

3. Universidad Francisco de Paula Santander, 1091657232, Ocaña, Colombia, slortizp@ufpso.edu.co., <https://orcid.org/0009-0007-4935-2006>

Resumen: La contabilidad emocional es una disciplina que considera y estudia como las emociones influyen en el comportamiento, decisiones y resultados de las personas u organizaciones, donde se hace necesario conocer como las emociones actúan en las decisiones financieras de los estudiantes. Este estudio tiene como objetivo principal analizar la influencia de la contabilidad emocional en la toma de decisiones en los estudiantes de la UFPSO (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña), como objetivos específicos incluyen Identificar aspectos en que la contabilidad emocional impacta en los estudiantes, establecer las decisiones y estrategias que toman los estudiantes de acuerdo a su contabilidad emocional, por ultimo proponer estrategias que integren la gestión emocional y financieras, por otro lado, existen diversas emociones que afectan la toma de decisiones entre ellas la tristeza, euforia, estrés, ansiedad, exceso de felicidad, entre otras. Debido al aumento de estudiantes que son influenciados por las emociones a la hora de tomar decisiones los lleva a tener problemas económicos, personales y sociales. Además del esfuerzo por una gestión correcta, se puede evidenciar la falta de gestión emocional por parte de los estudiantes de la UFPSO (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña). Para esta investigación Se empleó una metodología tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo, donde se realizaron encuestas y cuestionarios como apoyo para obtener los resultados, permitiendo determinar el impacto que tiene la contabilidad emocional en cada aspecto de la vida diaria, dando a conocer la importancia de la gestión emocional para la correcta toma de decisiones en los estudiantes, puesto que al no gestionar las emociones de manera efectiva tiende a un comportamiento negativo, conllevando a problemas de corto y largo plazo. Así mismo, los estudiantes se enfrentan a dificultades económicas debido a gastos innecesarios o decisiones apresuradas interfiriendo en decisiones de ahorro o el éxito académico, de esta forma se proponen estrategias prácticas y efectivas logrando promover un ambiente saludable, productivo y un

bienestar general. Finalmente se concluye que al gestionar las emociones de los estudiantes los lleva a tomar decisiones informadas y seguras referentes a la vida personal, económica y futura.

Palabras clave: Contabilidad emocional, estudiantes, emociones, influencia, inteligencia emocional, toma de decisiones.

Abstract: Emotional accounting is a discipline that considers and studies how emotions influence the behavior, decisions and results of people or organizations, where it is necessary to know how emotions act in the financial decisions of students. The main objective of this study is to analyze the influence of emotional accounting in decision making in students at UFPSO (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña). Specific objectives include identifying aspects in which emotional accounting impacts students, establishing the decisions and strategies that students make according to their emotional accounting, and finally proposing strategies that integrate emotional and financial management. On the other hand, there are various emotions that affect decision making, including sadness, euphoria, stress, anxiety, excessive happiness, among others. Due to the increase in students who are influenced by emotions when making decisions, it leads them to have economic, personal and social problems. In addition to the effort for correct management, the lack of emotional management by students at UFPSO (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña) can be seen. For this research, a descriptive methodology with a quantitative approach was used, where surveys and questionnaires were carried out as support to obtain the results, allowing to determine the impact that emotional accounting has on each aspect of daily life, revealing the importance of emotional management for correct decision making in students, since not managing emotions effectively tends to negative behavior, leading to short and long-term problems. Likewise, students face economic difficulties due to unnecessary expenses or hasty decisions interfering with savings decisions or academic success, in this way practical and effective strategies are proposed to promote a healthy, productive environment and general well-being. Finally, it is concluded that managing students' emotions leads them to make informed and safe decisions regarding personal, economic and future life.

Keywords: Emotional accounting, students, emotions, influence, emotional intelligence, decision making.

Análisis del impacto de la formación ética en la profesión contable en el municipio de Ocaña, Colombia

Analysis of the impact of ethical training in the accounting profession in the municipality of Ocaña, Colombia

Laura Alejandra García Giraldo¹, Sandrith Lorena Salcedo Mejía²

1. Universidad Francisco de Paula Santander, Barrio Marabel, 1023371675, Ocaña, Colombia, lagarciaga@ufpso.edu.co, 0009-0000-4234-5750

2. Universidad Francisco de Paula Santander, Barrio Marabel, 1064107708, Ocaña, Colombia, slsalcedom@ufpso.edu.co, 0009-0009-6253-006X

Resumen: La Contaduría pública es una de las profesiones mejor reglamentadas en la sociedad, no obstante, en la actualidad se evidencia una cultura de ilegalidad; se ha observado un incremento en las sanciones y casos de corrupción en diversas entidades en los últimos años, acciones que representan un obstáculo para el progreso social, generando pérdida en la credibilidad pública y aumentando la desconfianza hacia los profesionales contables. Por esta razón, este estudio tiene como objetivo analizar el impacto de la educación ética en la profesión contable en el municipio de Ocaña, Colombia, utilizando un enfoque cuantitativo tipo descriptivo. Los resultados revelan que la formación ética en contaduría es insuficiente y que las presiones económicas, la falta de sanciones severas y la influencia de los clientes son factores clave que afectan la ética profesional. El desconocimiento de los principios éticos y la cultura organizacional deficiente también contribuyen a estas malas prácticas. Las consecuencias incluyen pérdida de la confianza en los profesionales y en la profesión, daños financieros a las empresas y a la economía local, de modo que, es esencial desarrollar estrategias educativas que fomenten la formación del carácter y promuevan la investigación para prevenir comportamientos no éticos por parte de los contadores durante su trayectoria profesional, así como impulsar la responsabilidad y la integridad. Estas acciones fortalecerán la ética profesional y restaurarán la confianza en la contaduría local, promoviendo un entorno más transparente y responsable.

Palabras clave: código de ética profesional, ética, profesión contable, prácticas contables y responsabilidad social.

Abstract: Public accounting is one of the best regulated professions in society, however, currently a culture of illegality is evident; An increase in sanctions and cases of corruption has been observed in various entities in recent years, actions that represent an obstacle to social progress, generating a loss in public credibility and increasing distrust towards accounting professionals. For this reason, this study aims to analyze the impact of ethics education in the accounting profession in the municipality of Ocaña, Colombia, using a descriptive quantitative

approach. The results reveal that ethical training in accounting is insufficient and that economic pressures, lack of severe sanctions and client influence are key factors affecting professional ethics. Ignorance of ethical principles and poor organizational culture also contribute to these poor practices. The consequences include loss of trust in professionals and the profession, financial damage to companies and the local economy, so it is essential to develop educational strategies that encourage character formation and promote research to prevent unethical behavior by part of accountants during their professional career, as well as promoting responsibility and integrity, strengthening ethical principles and values. These actions will strengthen professional ethics and restore confidence in local accounting, promoting a more transparent and responsible environment.

Keywords: Code of professional ethics, ethics, accounting profession, accounting practices and social responsibility.

Costos Ambientales y Responsabilidad Social en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Environmental Costs and Social Responsibility at the Francisco de Paula Santander Ocaña University

María Isabella Chinchilla Galvis¹

1. Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, Colombia, 0009-0003-0415-7881

Email: michinchillag@ufpso.edu.co

Resumen: Los costos ambientales son desembolsos económicos que una empresa o entidad realiza para prevenir, mitigar o remediar los impactos negativos que sus actividades puedan tener en el medio ambiente. Estos costos incluyen multas, sanciones, costos de remediación, planes de manejo ambiental, licencias y permisos ambientales, así como inversiones en tecnologías más limpias, programas de gestión de residuos, medidas de conservación de recursos naturales, entre otros. Debido a la creciente conciencia sobre el impacto ambiental se ha destacado la necesidad de considerar los costos asociados a las actividades industriales, comerciales y de servicio. A pesar de los esfuerzos internacionales y locales para abordar estos problemas, la falta de integración efectiva de los costos ambientales en los procesos de toma de decisiones sigue siendo evidente. La gestión de costos ambientales emerge como una necesidad imperativa en instituciones educativas como la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (UFP SO), donde se enfrentan desafíos para integrar eficazmente estos costos en su estructura financiera. Este estudio tiene como objetivo principal identificar cómo la UFP SO maneja estos costos, como objetivos específicos incluyen investigar su implementación en el área financiera, analizar su importancia en los estados financieros y proponer modelos de implementación. Se empleó como metodología un enfoque cuantitativo y un método descriptivo, se realizaron encuestas y cuestionarios, que nos ayudaron a obtener los resultados, estas técnicas e instrumentos de recolección de información se le presentaron al Control Interno de la UFP SO debido a su accesibilidad para la investigación. Los resultados obtenidos en esta investigación mostraron que la universidad se encuentra comprometida con el proceso de los costos ambientales dentro de la planificación financiera y el análisis de estos mismos, donde se concluye que esta investigación es de máxima importancia con el fin de llevar una mejor gestión financiera dentro del área financiera de la Universidad.

Palabras claves: Costos ambientales, Contabilidad ambiental, Economía, Gestión, Normativas ambientales, Toma de decisiones.

Abstract: Environmental costs are economic disbursements that a company or entity makes to prevent, mitigate or remedy the negative impacts that its activities may have on the environment. These costs include fines, sanctions, remediation costs, environmental management plans, environmental licenses and permits, as well as investments in cleaner technologies, waste management programs, natural resource conservation measures, among

others. Due to the growing awareness of environmental impact, the need to consider the costs associated with industrial, commercial and service activities has been highlighted. Despite international and local efforts to address these problems, the lack of effective integration of environmental costs in decision-making processes remains evident. Environmental cost management emerges as an imperative need in educational institutions such as the Francisco de Paula Santander Ocaña University (UFPSO), where challenges are faced in effectively integrating these costs into its financial structure. This study has as its main objective to identify how UFPSO manages these costs, as specific objectives include investigating its implementation in the financial area, analyzing its importance in the financial statements and proposing implementation models. A quantitative approach and a descriptive method were used as methodology, surveys and questionnaires were carried out, which helped us to obtain the results. These techniques and instruments for collecting information were presented to the Internal Control of the UFPSO due to their accessibility for research. The results obtained in this research showed that the university is committed to the process of environmental costs within financial planning and the analysis of these costs, where it is concluded that this research is of utmost importance in order to carry out better financial management within the financial area of the University.

Key words: Environmental costs, Environmental accounting, Economy, Management, Environmental regulations, Decision-making.

**El manejo finanzas personales en los estudiantes de contaduría pública de la Universidad
Francisco de Paula Santander Ocaña**

**personal finance management in public accounting students at the Francisco de Paula
Santander Ocaña University**

Ariana Yiseth Villegas Contreras¹

1. Universidad Francisco De Paula Santander Ocaña, Colombia, orcid.org/0009-0009-5041-9196

Resumen: Las finanzas son una rama de la economía que se enfoca en ver como se obtiene y se gestiona el dinero, se constituye de herramientas donde es necesario iniciar un proceso de planeación que ayudara a conocer la situación financiera actual, determinar metas, objetivos y desarrollar estrategias que nos permitirán cumplir el logro de esas metas, tener una buena planeación financiera puede ayudar a evitar problemas financieros, dicho lo anterior en este trabajo de investigación lo que buscamos es analizar el grado de conocimiento y el comportamiento que tiene los estudiantes frente a estas, planteado esto notamos que algunos estudiantes carecen de educación financiera ya que a estos no se les ha brindado un previo conocimiento de esto. Por ello surge la pregunta de cómo los estudiantes manejan sus finanzas personales, proponiendo un objetivo concreto como lo es determinar el manejo de las finanzas personales en los estudiantes de contaduría pública de la UFPSO, plasmando un enfoque cuantitativo que se basa en el análisis y estudio de los diferentes procedimientos a efectuar en el proyecto para obtener la mayor objetividad de este, con tipo descriptivo que nos ayudara a obtener la información necesaria para analizar las características de los datos en este trabajo; La mayoría de los encuestados reconocieron la importancia de las finanzas personales, aunque muchos carecen de conocimientos sobre los temas clave como lo son el ahorro, las inversiones. A pesar de valorar el ahorro, solo algunos ahorran de manera irregular, lo que puede afectar su estabilidad financiera. En conclusión, los estudiantes universitarios reconocen la relevancia de administrar sus finanzas, pero tienen limitaciones en su conocimiento sobre aspectos claves. Además, existen ideas equivocadas sobre las inversiones, lo que subraya la necesidad de educación financiera accesible y efectiva.

Palabras clave: Finanzas, personales, estudiantes, manejo, contaduría pública.

Abstract: Finance is a branch of economics that focuses on seeing how money is obtained and managed, it consists of tools where it is necessary to start a planning process that will help to know the current financial situation, determine goals, objectives and develop strategies that will allow us to meet the achievement of those goals, having good financial planning can help avoid financial problems, having said that in this research work what we seek is to analyze the degree of knowledge and the behavior that students have in front of these, having said this we notice that some students lack financial education since they have not been given prior knowledge of this. Therefore the question arises of how students manage their personal

finances, proposing a concrete objective such as determining the management of personal finances in public accounting students at UFPSO, capturing a quantitative approach that is based on the analysis and study of the different procedures to be carried out in the project to obtain the greatest objectivity of it, with a descriptive type that will help us obtain the necessary information to analyze the characteristics of the data in this work; Most respondents recognized the importance of personal finances, although many lack knowledge about key topics such as saving and investing. Despite valuing savings, only some save irregularly, which can affect their financial stability. In conclusion, university students recognize the importance of managing their finances, but have limitations in their knowledge about key aspects. In addition, there are misconceptions about investments, which underlines the need for accessible and effective financial education.

Keywords: Finance, personal, students, management, public accounting.

Las Redes Sociales Como Estrategia De Marketing Para La Reducción De Costos

Social Networks As A Marketing Strategy In Microenterprises In Ocaña De Norte De Santander

Deiver Andrés Guerrero Sánchez¹, Joseph Andes Gámez Vega

1. Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña, calle 3 carr 4#29, 1091072458, Ocaña, Colombia, dguerrerosafpso.edu.co, ID:0009-0000-2070-9947

2. Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña, CRA 28B 8, 1007445844, Ocaña, Colombia, jagamezv@ufpso.edu.co, ID:0009-0000-2070-9947

Resumen: Uso de Redes Sociales como Estrategia de Marketing en Microempresas de Ocaña, Norte de Santander. Objetivo General: Analizar las redes sociales como estrategia de marketing en las microempresas de Ocaña. Objetivos Específicos: Identificar las redes sociales utilizadas por las microempresas. Analizar cuál red social es la más utilizada. Proponer un método eficiente para su uso. Método: Se empleó un enfoque cuantitativo tipo descriptivo. La población es de 7364, y para determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula de cálculo de muestra para poblaciones finitas. Al aplicar la fórmula, se obtuvo una muestra de aproximadamente 365 encuestas. Resultados: El 63.6% de las microempresas utiliza redes sociales para marketing. La frecuencia de publicación varía; algunas publican diariamente y otras semanalmente. Más del 50% se enfoca en promocionar productos, lo que puede limitar la interacción. El 54.5% considera eficaz la publicidad paga, aunque hay dudas sobre su efectividad. Los principales obstáculos son la falta de recursos (53.8%) y de conocimiento (30.8%). Discusión: A pesar de la adopción significativa de redes sociales, las microempresas enfrentan retos en la diversificación del contenido y la optimización de la publicidad. Conclusiones: Es crucial mejorar la diversidad del contenido y ofrecer capacitación a las microempresas de Ocaña para facilitar una integración más efectiva de estas herramientas en sus estrategias de marketing

Palabras claves: Redes Sociales, Microempresas, Marketing

Abstract: Use of Social Networks as a Marketing Strategy in Microenterprises in Ocaña, Norte de Santander. General Objective: Analyze social networks as a marketing strategy in microbusinesses in Ocaña. Specific Objectives: Identify the social networks used by microbusinesses. Analyze which social network is the most used. Propose an efficient method for its use. Method: A descriptive quantitative approach was used. The population is 7364, and to determine the sample size, the sample calculation formula for finite populations was used. By applying the formula, a sample of approximately 365 surveys was obtained. Results: 63.6% of microbusinesses use social networks for marketing. Posting frequency varies; some publish daily and others weekly. More than 50% focus on promoting products, which can limit interaction. 54.5% consider paid advertising effective, although there are doubts about its

effectiveness. The main obstacles are the lack of resources (53.8%) and knowledge (30.8%).
Discussion: Despite the significant adoption of social networks, microbusinesses face challenges in diversifying content and optimizing advertising. Conclusions: It is crucial to improve the diversity of content and offer training to Ocaña microbusinesses to facilitate a more effective integration of these tools into their marketing strategies.

Keywords: Social networks, Microbusinesses, Marketing