



*8° Encuentro
Internacional
de Semilleros
de Investigación
Universitaria 2025*

Juan David Monsalve Ospina
Jhon Alexánder Hernández Pérez
Compiladores



Consejo Superior

Luis Roberto Gaviria Zapata -
Presidente

Esteban Uribe Mejía

Alejandro Montoya Ortega

Esteban Palacio Begue

Alirian de Jesús Zapata Correa
(Representante Docentes)

Andrés Sebastián Upegui
(Representante de los estudiantes)

Rectora

Lina María Londoño Gaviria

Se recogen aquí las memorias del 8° Encuentro Internacional de Semilleros de Investigación Universitaria. Esta es una publicación del Sello Editorial de la Corporación Universitaria U de COLOMBIA.

Vol, 6

ISSN: 2665-4865 (Publicación Digital)

Medellín, 24 y 25 de octubre de 2025

Compiladores:



Juan David Monsalve Ospina



Jhon Alexánder Hernández Pérez

Varios autores

U DE COLOMBIA

Calle 56 n.41 -147

Medellín, Colombia

pbx: (57) (4) 2398080

esiu@udecolombia.edu.co

Coordinación editorial: Catalina Orozco Otálvaro

Diseño y diagramación: Juan David Monsalve Ospina

www.juammonsalvedigital.com

Material publicado de acuerdo con los términos de la licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial - NoDerivatives 4.0



International (CC BY-NC-ND 4.0). El uso es libre de copiar o redistribuir el material en cualquier medio o formato, siempre y cuando dé los créditos apropiadamente, no lo haga con fines comerciales y no realice obras derivadas.

Presentación

En el año 2015, la Corporación Universitaria U de Colombia dio un paso determinante en su trayectoria institucional al constituir su primer grupo de investigación. Este hecho marcó el inicio de una transformación profunda en la manera en que la institución comprende, orienta y proyecta la investigación en el ámbito académico. Desde entonces, se ha asumido el desafío de fortalecer una cultura investigativa que sea pertinente, significativa y estrechamente vinculada a las necesidades reales de los estudiantes, de la comunidad académica y de la sociedad en general.

Este proceso ha requerido revisar críticamente nuestras prácticas, formular nuevas preguntas y replantear los caminos tradicionales de la investigación universitaria. Interrogantes como: ¿cómo lograr que la investigación sea un motor de aprendizaje auténtico para los estudiantes?, ¿de qué manera articular los proyectos investigativos con los retos contemporáneos del país y del mundo?, ¿cómo propiciar espacios donde converjan diversas miradas disciplinarias y metodológicas? han orientado la consolidación de un modelo investigativo centrado en la formación integral y en el pensamiento crítico.

A lo largo de estos años, la investigación formativa se ha mantenido como un eje estructural de nuestra propuesta académica, integrándose de manera transversal a los procesos de enseñanza y aprendizaje. En coherencia con lo planteado en nuestro Proyecto Educativo Institucional, el aula continúa configurándose como un laboratorio de ideas en el que estudiantes y docentes co-construyen conocimiento, dialogan desde sus contextos y transforman sus experiencias en proyectos con impacto académico, social y cultural.

Esta visión ha dado lugar a prácticas de investigación inclusivas, voluntarias y orientadas a despertar la curiosidad intelectual de los estudiantes. De esta manera, los semilleros se consolidan como espacios donde los jóvenes pueden explorar problemáticas de su entorno, formular preguntas rigurosas y desarrollar competencias investigativas que fortalecen su capacidad para comprender y transformar la realidad.

En este marco de crecimiento y consolidación institucional, presentamos las memorias del Encuentro Internacional de Semilleros de Investigación Universitaria – ESIU25, un evento que alcanza su octava edición reafirmando su carácter académico y su reconocimiento nacional e internacional. Este espacio ha logrado articular instituciones de educación superior de distintos países, promoviendo el intercambio de saberes y la construcción colectiva de conocimiento desde múltiples áreas y enfoques disciplinares.

Las memorias que aquí se presentan son testimonio del compromiso, la dedicación y la creatividad de estudiantes, docentes y grupos de

investigación que ven en la investigación formativa un camino para aportar a la sociedad. Cada texto refleja una apuesta por comprender el mundo, cuestionarlo y proponer nuevas formas de pensar y actuar frente a sus desafíos.

Tabla de Contenido

Presentación.....5

1. Análisis de la exportación de uva y su descarte en el mercado peruano – año 20238

2. Arquitectura contemporánea en Cali: análisis panorámico de las estrategias bioclimáticas en los últimos 30 años (1995-2025).....10

3. Determinantes del precio del ganado en la subasta ganadera en el departamento de Córdoba12

4. IoT y el aprendizaje del Análisis de Datos en la Investigación14

5. El Cannabis en la industria textil: una potencial alternativa sostenible15

6. Prototipo De Inteligencia Artificial Para El Asesoramiento En Los Procesos Académico-Administrativo En Instituciones De Educación Superior17

7. Percepciones de las dinámicas de violencia en relaciones de pareja heterosexuales y homosexuales19

8. El crimen de genocidio. Una aproximación al estado del arte21

9. Red Tik Tok y la decisión de compra en los estudiantes de la Facultad de Administración, de la universidad nacional San Luis Gonzaga, 2024...22

10. Conocimiento y habilidades digitales en estudiantes universitarios del décimo ciclo de la Universidad Nacional de Educación, 202524

11. Impacto del Marketing ecológico en la sostenibilidad de la Laguna de Huacachina, ciudad de Ica, Perú.....25

12. Contabilidad y Fiscalidad Socioambiental del Agua27

13. Las habilidades financieras y la satisfacción académica de los estudiantes universitarios de la facultad de administración de la Universidad Pública de Ica, 202428

14. Propuesta de Desarrollo de Plataforma web de acceso remoto para formación y entrenamiento en robótica educativa.....29

15. El neuromarketing y la motivación laboral de los colaboradores de la Hiperbodega Precio Uno, Ica, 202431

1. Análisis de la exportación de uva y su descarte en el mercado peruano – año 2023

Manuel Jesús Meza Chancos

20190421@unica.edu.pe

Shirly Karolaen Vásquez Huarcaya

20190435@unica.edu.pe

Universidad Nacional San Luis Gonzaga, Perú

El presente estudio tiene como objetivo analizar la influencia de la exportación en el descarte de uva por parte de los productores de las Pampas de Villacurí Ica, durante el año 2023. Ica, siendo la principal región exportadora de uva en Perú, enfrenta un problema significativo relacionado con el descarte de grandes volúmenes del producto que no cumplen con las exigencias técnicas de los mercados internacionales. Esta situación genera pérdidas económicas, desaprovechamiento de recursos, impactos negativos en la cadena de valor agrícola y una notable disminución en la rentabilidad de los productores locales. La investigación propone identificar los factores que provocan este descarte y plantear estrategias para su aprovechamiento en el mercado interno mediante productos con valor agregado, lo que permitiría impulsar nuevas líneas de negocio para pequeños y medianos agricultores.

El estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-ex-

plicativo y diseño no experimental. Se encuestó a 24 productores seleccionados de una población total de 51, utilizando criterios de inclusión basados en su experiencia exportadora y la presencia de volumen de descarte. La técnica principal fue la encuesta estructurada, complementada con análisis documental, utilizando fuentes primarias y secundarias. Los datos se procesaron mediante cuadros, gráficos estadísticos y la prueba Chi-cuadrado para validar las hipótesis planteadas y observar relaciones significativas entre las variables consideradas.

Los resultados evidencian que las especificaciones técnicas, la cantidad de pedidos y el país de destino influyen significativamente en el descarte de la uva. Asimismo, se identificó que los productores reconocen el potencial económico de transformar la uva descartada en pasas, meriendas envasadas, snacks o licores, generando nuevas oportunidades de negocio, empleo directo, indirecto y encadenamientos productivos.

Se concluye que existe una relación directa entre la exportación y el descarte de uva. Se recomienda fomentar proyectos de industrialización local que reduzcan pérdidas, mejoren la competitividad regional y promuevan el desarrollo sostenible del sector agrícola.

Palabras claves: Exportación, uva, descarte, productores, valor agregado

2. Arquitectura contemporánea en Cali: análisis panorámico de las estrategias bioclimáticas en los últimos 30 años (1995-2025)

Sebastián Libreros Soto

Sevisebas2005@gmail.com

Sofía Chamorro Delgado

scd8983867@javerianacali.edu.co

Pontificia Universidad Javeriana Cali

La investigación desarrollada por el Semillero de Estudios del Hábitat de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali se centra en el análisis de la arquitectura contemporánea de la ciudad durante los últimos treinta años (1995-2025), con especial atención en las estrategias bioclimáticas y en la manera en que estas dialogan con el contexto urbano. El estudio surge de la necesidad de sistematizar y valorar una producción arquitectónica que, a pesar de su relevancia y visibilidad en las Bienales Colombianas de Arquitectura, carece de un análisis crítico y organizado, lo que ha limitado su aprovechamiento académico y social.

El proyecto tiene como objetivo principal documentar, analizar y difundir ejemplos significativos de la arquitectura caleña, resaltando su valor urbano, cultural y sostenible. Entre sus propósitos está fortalecer la formación investigativa de los estudiantes de arquitectura, aportar a la memoria arquitectónica de la ciudad y promover la apropiación cultural por parte de la ciudadanía. La metodología

se estructuró en cuatro fases: documentación, selección, análisis y síntesis. Para ello, se recopilaron fuentes impresas y digitales, se realizaron visitas de campo con geolocalización de obras, y se elaboraron matrices de categorización que permitieron identificar patrones comunes en estrategias ambientales, materiales y sistemas constructivos.

Los resultados muestran que la arquitectura en Cali ha respondido de manera consciente a las condiciones climáticas locales. La mayoría de los proyectos priorizan recursos pasivos de control ambiental, como aleros, celosías, ventilación cruzada e integración de vegetación, logrando un equilibrio entre innovación y prácticas tradicionales de la región. Si bien el uso de cubiertas verdes aún no se consolida como práctica común, las cubiertas y sistemas de ventilación natural reflejan una marcada tendencia hacia soluciones sostenibles. En la técnica, predomina el concreto, frecuentemente acompañado de acero para mayor libertad espacial, aunque algunos proyectos también

exploran materiales como la madera y la mampostería. Asimismo, la investigación destaca la relación de estas obras con el tejido urbano, evidenciando diversidad en su implantación y accesibilidad según su carácter público, privado o habitacional. Una contribución significativa del proyecto es el diseño de íconos que facilitan la clasificación y comparación de estrategias bioclimáticas, sirviendo como herramienta pedagógica y de apoyo para la práctica proyectual en Cali.

La arquitectura caleña contemporánea ha evolucionado en el plano técnico y expresa un compromiso con la sostenibilidad y con las particularidades climáticas y sociales del Valle del Cauca. Esta investigación aporta al fortalecimiento de la identidad arquitectónica de la ciudad y ofrece un recurso valioso tanto para la formación académica como para la reflexión crítica sobre el futuro arquitectónico de la región.

Palabras Claves: Bioclimática, Arquitectura, Contemporánea, Cali

3. Determinantes del precio del ganado en la subasta ganadera en el departamento de Córdoba

Daniela Torres Jaramillo
dtorresj@eafit.edu.co
Universidad EAFIT

Este estudio analiza los determinantes del precio del ganado en pie en la subasta ganadera de Montería, Córdoba, durante el periodo 2014–2024, integrando información proveniente de subastas, indicadores climáticos, variables financieras y macroeconómicas. El objetivo principal fue identificar los factores más relevantes en la formación de precios y comprender cómo interactúan en un contexto de alta volatilidad e integración con los mercados nacionales e internacionales.

El marco teórico recoge aportes de estudios internacionales y regionales que han examinado la determinación de precios ganaderos mediante modelos hedónicos y de cointegración. En particular, Núñez y Serpa (2010) demostraron la existencia de cointegración entre los precios de ganado de ceba y levante en Córdoba, resaltando la importancia de las relaciones de largo plazo entre categorías. Este trabajo amplía esa perspectiva al incluir variables macroeconómicas y financieras, lo cual permite ofrecer una visión más integral de los determinantes del precio del ganado en el periodo reciente.

Metodológicamente, se aplicaron modelos ARIMA para capturar la di-

námica temporal de las series de precios, identificando tendencias y choques de corto plazo, y modelos de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS) para estimar el impacto de los determinantes externos. La base de datos incluyó precios diferenciados por tipo y categoría de ganado, cantidad de animales subastados, inflación (UVR), tasa de cambio, futuros del CME, tasa interbancaria IBR, índice COLCAP y un índice de lluvias construido a partir de información del IDEAM.

Los resultados muestran que la inflación, la tasa de cambio, los futuros del CME y la cantidad comercializada constituyen los principales determinantes del precio del ganado en Montería, mientras que el IBR y el COLCAP presentan efectos menos consistentes y la lluvia no resultó significativa. El análisis histórico evidenció una tendencia alcista sostenida con un salto en 2020 asociado al auge exportador, acompañado de episodios de elevada volatilidad semanal. Asimismo, se identificaron diferencias importantes por tipo y categoría: los machos alcanzan mayores precios que las hembras y, en general, a mayor edad del animal menor es el valor registrado por kilogramo.

En conjunto, los hallazgos confirman que el mercado ganadero cordobés responde a una compleja interacción de factores internos y externos. Los modelos aplicados demostraron la utilidad del ARIMA para describir la dinámica temporal y del OLS para identificar los determinantes externos más significativos, aportando evidencia útil para productores, inversionistas y formuladores de política sectorial.

Palabras clave: precio del ganado, Córdoba, ARIMA, OLS, determinantes de precio, mercado ganadero.

4. IoT y el aprendizaje del Análisis de Datos en la Investigación

Dr. Guillermo Pastor Morales Romero

gmorales@une.edu.pe

Dr. Adrián Quispe Andía

Dr. Nicéforo Ladislao Trinidad Loli

ntrinidad@une.edu.pe

Dra. Kriss Melody Calla Vásquez

kcalla@une.edu.pe

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

El propósito de esta investigación fue analizar el Internet de las cosas (IoT) en el análisis de datos del aprendizaje en investigación. Se utilizó una metodología basada en el paradigma crítico social, que conecta cualitativamente teoría y práctica con conocimientos, actividades y valores.

Fue una investigación aplicada en el ámbito de la educación formativa, cuyo propósito es poner a prueba el modelo a través de propuestas creativas. El diseño del estudio es no experimental y transversal. La muestra de investigación es intencional y el investigador establece criterios para obtener mayor cantidad de información. Las técnicas utilizadas incluyen observación, encuesta y entrevista.

Por lo tanto, proponemos considerar el análisis de datos en el estudio de docentes que imparten materias relacionadas con la investigación en la Universidad. Los grupos son universales porque están formados por profesores de diferentes disciplinas y facultades.

El Internet de las Cosas nos permite superar la calidad de los recursos educativos tradicionales adaptándonos a las necesidades, horarios de los estudiantes. Además, posibilita la

comunicación síncrona/asíncrona entre estudiantes y profesores en plataformas online. (Antón et al., 2022).

Analizar datos en una investigación significa un examen exhaustivo de datos recopilados con el objetivo de sacar conclusiones valiosas desde un determinado aspecto. Este análisis implica examinar, interpretar y sintetizar datos para comprender patrones, relaciones y tendencias.

El análisis de datos fue esencial para obtener conocimientos y respaldar la creación de nuevos conocimientos en investigación. Los resultados obtenidos muestran empíricamente que el uso del IoT aporta valor agregado al análisis de la información en el estudio de los docentes que imparten el tema de tesis relacionados con el estudio de nueva información. Se identificaron categorías emergentes, por falta de conocimiento y tecnología, se descubrió la oportunidad de aprovechar tendencias como el IoT. Utilizando tecnologías innovadoras, se propone un modelo de seguimiento que cubra y apoye de manera sistemática, reflexiva y efectiva las necesidades de los docentes.

5. El Cannabis en la industria textil: una potencial alternativa sostenible

Natalia Gayón Romero

natalia.gayon@campusucc.edu.co

Miguel Ángel Cruzco Cupitra

miguel.cruzco@campusucc.edu.co

Universidad Cooperativa De Colombia

El cáñamo industrial o *Cannabis Sativa L.* se ha examinado como materia prima sostenible en la industria textil colombiana, motivada ante la urgente necesidad de encontrar una alternativa del algodón, el cual su cultivo convencional representa un elevado impacto ambiental. Se realiza una revisión sistemática con una metodología PRISMA 2020, que permite analizar las propiedades, rendimiento e influencia ambiental en comparación de fibras convencionales.

Los hallazgos señalan que el cultivo del cáñamo representa menos recursos: usa un 90% menos agua que el algodón y no requiere aplicación de pesticidas, lo que conlleva a la reducción de la contaminación del suelo y de las fuentes hídricas. Así mismo, su sistema radicular que mejora la estructura del suelo y ayuda a su recuperación por medio de la absorción de las toxinas, posicionándolo como una opción acorde a la regenera-

ción de tierras agrícolas degradadas. En cuanto a la productividad, el cáñamo refleja ser más eficiente, con una producción anual entre 1.200 a 2.000 kilos de fibra por hectárea y se pueden dar de 4 a 12 ciclos de cultivo al año, frente a 1 o 2 ciclos que se dan con el algodón.

En el sector económico y social, el cáñamo ofrece un alto potencial para diversificar y fortalecer la economía agrícola colombiana, reduciendo la dependencia que se presenta actualmente del algodón (que representa un 71% del consumo del sector textil). El cultivo y procesamiento requieren de mano de obra constante, lo que impulsa el desarrollo social e inclusión en zonas históricamente afectadas por pobreza y conflicto.

Pese a las ventajas que representa, el desarrollo de este sector en Colombia se enfrenta a limitaciones regulatorias, pues el cáñamo no es considerado como un producto agrícola

y se restringe su producción y comercialización. También se enfrenta a brechas de tecnología e infraestructura acorde para su procesamiento, adaptado a las condiciones de la zona y también la poca asesoría especializada frente al tema.

El estudio finaliza con que el cáñamo es un gran potencial para la transformación de la industria textil hacia un modelo más sostenible, competitivo y acorde a los compromisos ambientales nacionales e internacionales, aportando a mitigar el cambio climático por su capacidad de carbono-negativa. El impulso de políticas públicas, un programa de investigación y de desarrollo tecnológico, así como el fortalecimiento de infraestructuras son condiciones fundamentales para superar las barreras actuales y poder aprovechar en su totalidad esta gran alternativa.

Palabras claves: Cáñamo Industrial, Sostenibilidad Ambiental, Industria Textil, Impacto Ambiental, Fibras.

6. Prototipo De Inteligencia Artificial Para El Asesoramiento En Los Procesos Académico-Administrativo En Instituciones De Educación Superior

Natalia Gayón Romero

natalia.gayon@campusucc.edu.co

Miguel Ángel Cruzco Cupitra

miguel.cruzco@campusucc.edu.co

Universidad Cooperativa De Colombia

El cáñamo industrial o *Cannabis Sativa L.* se ha examinado como materia prima sostenible en la industria textil colombiana, motivada ante la urgente necesidad de encontrar una alternativa del algodón, el cual su cultivo convencional representa un elevado impacto ambiental. Se realiza una revisión sistemática con una metodología PRISMA 2020, que permite analizar las propiedades, rendimiento e influencia ambiental en comparación de fibras convencionales.

Los hallazgos señalan que el cultivo del cáñamo representa menos recursos: usa un 90% menos agua que el algodón y no requiere aplicación de pesticidas, lo que conlleva a la reducción de la contaminación del suelo y de las fuentes hídricas. Así mismo, su sistema radicular que mejora la estructura del suelo y ayuda a su recuperación por medio de la absorción de las toxinas, posicionándolo como una opción acorde a la regeneración de tierras agrícolas degradadas. En cuanto a la productividad, el cáñamo refleja ser más eficiente, con una producción anual entre 1.200 a 2.000 kilos de fibra por hectárea y se pueden dar de 4 a 12 ciclos de culti-

vo al año, frente a 1 o 2 ciclos que se dan con el algodón.

En el sector económico y social, el cáñamo ofrece un alto potencial para diversificar y fortalecer la economía agrícola colombiana, reduciendo la dependencia que se presenta actualmente del algodón (que representa un 71% del consumo del sector textil). El cultivo y procesamiento requieren de mano de obra constante, lo que impulsa el desarrollo social e inclusión en zonas históricamente afectadas por pobreza y conflicto.

Pese a las ventajas que representa, el desarrollo de este sector en Colombia se enfrenta limitaciones regulatorias, pues el cáñamo no es considerado como un producto agrícola y se restringe su producción y comercialización. También se enfrenta a brechas de tecnología e infraestructura acorde para su procesamiento, adaptado a las condiciones de la zona y también la poca asesoría especializada frente al tema.

El estudio finaliza con que el cáñamo es un gran potencial para la transformación de la industria textil hacia un modelo mas sostenible, competitivo

y acorde a los compromisos ambientales nacionales e internacionales, aportando a mitigar el cambio climático por su capacidad de carbono-negativa. El impulso de políticas públicas, un programa de investigación y de desarrollo tecnológico, así como el fortalecimiento de infraestructuras son condiciones fundamentales para superar las barreras actuales y poder aprovechar en su totalidad esta gran alternativa.

Palabras claves: Cáñamo Industrial, Sostenibilidad Ambiental, Industria Textil, Impacto Ambiental, Fibras.

7. Percepciones de las dinámicas de violencia en relaciones de pareja heterosexuales y homosexuales

Jasbleidy Sánchez Cabezas
Daisy Zuleimy Cifuentes Espinel
Natalia Cubides Matallana

Fundación Universitaria del Área Andina

La violencia en las relaciones de pareja constituye un fenómeno complejo y de gran relevancia social, que ha sido tradicionalmente estudiado en el marco de relaciones heterosexuales bajo la dinámica hombre-agresor y mujer-víctima. Sin embargo, investigaciones recientes evidencian que también en las relaciones homosexuales se presentan dinámicas de abuso y control, influenciadas por factores como el estigma social, la homofobia y los prejuicios culturales. Este trabajo busca ampliar la mirada académica y social sobre la violencia en pareja, incorporando tanto relaciones heterosexuales como homosexuales, con el fin de analizar las percepciones sociales sobre estas dinámicas y aportar a la construcción de estrategias de prevención inclusivas y contextualizadas.

El objetivo general de la investigación es analizar las percepciones sociales sobre las dinámicas de violencia en relaciones de pareja heterosexuales y homosexuales. De manera específica, se pretende explorar cómo se perciben las diferentes manifestaciones de violencia, identificar los factores que influyen en estas percepciones como el género, la orientación sexual y las normas sociales y com-

parar las percepciones entre ambos tipos de relaciones para reconocer posibles estigmas, prejuicios y desigualdades.

El estudio se sustenta en marcos teóricos como la teoría del poder y control, la teoría del aprendizaje social y la teoría de la normalización de la violencia, los cuales permiten comprender la forma en que las construcciones culturales y sociales influyen en la interpretación de los comportamientos violentos. Asimismo, considera la influencia de los medios de comunicación y los estereotipos de género en la manera en que se representa y percibe la violencia en diferentes tipos de parejas.

La metodología corresponde a un diseño cuantitativo, no experimental, transversal y de alcance descriptivo. El instrumento de recolección de información es un cuestionario tipo Likert elaborado a partir del modelo tripartito de las actitudes (cognitivo, afectivo y conductual), con un total de 30 ítems validados por jueces expertos para asegurar su claridad, coherencia y pertinencia. La muestra estará conformada por personas mayores de 18 años residentes en Colombia, seleccionadas mediante un

muestreo no probabilístico por conveniencia, quienes participarán de manera voluntaria y anónima.

Este proyecto parte de la hipótesis de que existen diferencias significativas en las actitudes frente a la violencia dependiendo de si la relación es heterosexual u homosexual, derivadas de estereotipos sociales y sesgos culturales. De esta manera, busca contribuir al reconocimiento de la diversidad de experiencias en las relaciones afectivas.

8. El crimen de genocidio. Una aproximación al estado del arte

María Carolina Díaz Medina

Carolinadiazmedina7@gmail.com

Universidad Cooperativa de Colombia, Neiva

La presente investigación ofrece una aproximación crítica al estado del arte sobre el crimen de genocidio con base en una revisión de cincuenta fuentes académicas que incluyen artículos científicos, tesis y capítulos de libro. El análisis se organiza desde tres ejes principales: la modalidad, la tipología del genocidio y su distribución territorial. Se evidencia una alta concentración de casos en América Latina, siendo Colombia y Argentina los países más estudiados. Las tipologías predominantes son el genocidio étnico y político, manifestados mediante prácticas como la violencia física, psicológica, sexual, desplazamientos forzados, despojo territorial, persecución ideológica y destrucción cultural. Un hallazgo relevante es la ampliación del concepto de genocidio, que ya no se limita al exterminio físico, sino que incorpora formas de violencia simbólica, estructural y discursiva. Asimismo, se identifican vacíos teóricos en torno a casos contemporáneos como los ataques sistemáticos contra firmantes del Acuerdo de Paz en Colombia, que podrían constituir una modalidad de genocidio político no reconocida formalmente.

Palabras claves: Genocidio, Estado del Arte, Violencia, Genocidio Político

9. Red Tik Tok y la decisión de compra en los estudiantes de la Facultad de Administración, de la universidad nacional San Luis Gonzaga, 2024.

Elisabeth Lucero, Lizano López

20191954@unica.edu.pe

Jackeline Lizzie, Huamani Auccasi

20191412@unica.edu.pe

Universidad Nacional San Luis Gonzaga

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar de qué manera la red social TikTok influye en la decisión de compra de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, durante el año 2024. La investigación surge debido a la creciente presencia de esta plataforma en la vida cotidiana de los jóvenes y la escasa evidencia académica sobre su impacto específico en el comportamiento de consumo. Se plantearon como hipótesis que los videos, la información expuesta y los influencers en TikTok influyen positivamente en las decisiones de compra de los estudiantes universitarios.

La metodología empleada fue de tipo cuantitativo, de nivel correlacional, con un diseño no experimental, correlacional. La población estuvo conformada por 526 estudiantes matriculados en el semestre 2024-I, de los cuales se seleccionó una muestra representativa de 222 participantes. Para recolectar la información se utilizó la técnica de la encuesta, mediante un cuestionario estructurado

de 20 preguntas, y se procesaron los datos con el coeficiente de correlación Rho de Spearman y la prueba Chi cuadrado.

Los resultados revelaron que existe una correlación positiva muy baja entre el uso de TikTok y la decisión de compra ($Rho = .193$), lo que indica que, aunque hay cierta influencia, esta no es determinante. El 91,4% de los estudiantes tiene una cuenta personal en TikTok, y el 56,3% la usa varias veces al día. Además, el 75,7% afirmó haber comprado al menos una vez un producto visto en TikTok, siendo la ropa y los productos de belleza los más adquiridos. La popularidad o tendencia fue la principal motivación (42,8%). La variable con mayor influencia fue la de los influencers o TikTokers ($Rho = .323$), seguida por los videos ($Rho = .169$) y la información ($Rho = .127$).

En la discusión, se interpreta que, aunque TikTok tiene una gran presencia entre los estudiantes, su capacidad de influir en sus decisiones de compra es moderada. La investigación

confirma tendencias señaladas por estudios previos, como el auge del marketing de influencers y la viralidad de los contenidos. No obstante, la baja correlación sugiere que los estudiantes aún ejercen cierto juicio crítico frente a la publicidad en redes sociales. Las limitaciones del estudio incluyen la baja participación de estudiantes de algunos ciclos académicos y la falta de un enfoque mixto que permitiera profundizar en aspectos cualitativos.

Como conclusión, TikTok sí influye en la decisión de compra de los estudiantes, aunque de forma parcial y condicionada. Esto implica que las marcas pueden considerar la plataforma como un canal complementario de marketing, pero no exclusivo. Se recomienda realizar investigaciones futuras que integren análisis cualitativos para comprender más a fondo los factores emocionales y cognitivos detrás del comportamiento de compra influenciado por redes sociales.

Palabras clave: Tiktok, decisión de compra, marketing digital, estudiantes universitarios, influencers.

10. Conocimiento y habilidades digitales en estudiantes universitarios del décimo ciclo de la Universidad Nacional de Educación, 2025

Lilia Carmín Berrospi Arias
María Angélica Huamalíes Gutiérrez
Jessica Maryeli Mamani Solis
Camila Geraldine Sánchez Alvines

Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el nivel de conocimiento y las habilidades digitales en los estudiantes del décimo ciclo de la Facultad de Educación Inicial de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, 2025. Esta problemática adquiere relevancia debido a los constantes cambios en el entorno educativo, en el que las competencias digitales han dejado de ser complementarias para convertirse en esenciales. El estudio aborda tanto el conocimiento digital —conceptual, aplicado y reflexivo— como las habilidades digitales —manejo técnico, comunicación, colaboración y resolución de problemas tecnológicos—. A pesar de que los estudiantes conocen diversas herramientas digitales, no siempre logran aplicarlas con eficacia en entornos académicos. Por ello, la investigación busca evidenciar si existe una correlación entre el saber y el saber hacer en entornos digitales. El marco teórico incluye estudios previos nacionales e internacionales, así como fundamentos que destacan la importancia del pensamiento crítico, la aplicación práctica y el uso ético de la tecnología.

Se utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con diseño correlacional transeccional y método hipotético-deductivo. La muestra estuvo conformada por 60 estudiantes y se emplearon instrumentos como cuestionarios, guías de observación y fichas bibliográficas. Los resultados permitirán diagnosticar el dominio digital de los estudiantes y proponer mejoras en la formación profesional. Asimismo, se busca que las instituciones educativas fortalezcan la preparación tecnológica de los futuros egresados, no solo desde un enfoque instrumental, sino también desde una perspectiva integral, crítica y contextualizada, en respuesta a las exigencias del entorno digital actual.

Palabras clave: Herramientas digitales, competencia digital, conocimiento, entorno académico

11. Impacto del Marketing ecológico en la sostenibilidad de la Laguna de Huacachina, ciudad de Ica, Perú

Dra. Esther Jesús Vilca Perales
evilca@unica.edu.pe

Dra. Ericka Janet Villamares Hernández
ericka.villamares@unica.edu.pe

Dr. Uldarico Canchari Vásquez
uldarico.canchari@unica.edu.pe
Universidad Nacional San Luis Gonzaga

La presente investigación tuvo como objetivo general explicar si el marketing ecológico genera un impacto en la sostenibilidad de la Laguna de Huacachina, ubicada en la ciudad de Ica, Perú. El estudio surge ante la creciente preocupación por los efectos negativos del turismo no regulado en entornos naturales frágiles, como esta emblemática laguna, reconocida por su valor paisajístico y turístico, pero actualmente afectada por el uso indiscriminado de recursos y prácticas poco sostenibles.

El estudio fue de tipo aplicada, con un nivel explicativo, enfoque cuantitativo y diseño experimental. Se trabajó con una muestra de 232 trabajadores del sector turístico, entre los que se incluyeron guías, administradores, emprendedores y personal de negocios locales. Se aplicó un cuestionario estructurado antes y después de una intervención basada en estrategias de marketing ecológico, orientadas a promover el uso responsable de recursos, la oferta de servicios ecoamigables y una comunicación enfocada en una cultura turística sostenible.

Los resultados mostraron un incremento significativo en los niveles de sostenibilidad tras la capacitación. El promedio global pasó de 0.93 (pretest) a 66.66 (posttest), con un Z calculado de 23.94 y un valor $p < 0.05$, lo que evidencia una diferencia estadísticamente significativa. Por dimensiones, la sostenibilidad social aumentó de 12.31 a 21.03 ($Z = 28.50$), la económica de 14.23 a 22.11 ($Z = 18.10$), y la ambiental de 14.38 a 23.53 ($Z = 30.73$). Estos hallazgos confirman la hipótesis del estudio: que el marketing ecológico tiene un efecto positivo sobre las tres dimensiones de la sostenibilidad.

La interpretación de los resultados indica que la capacitación influyó positivamente la conciencia ambiental, el compromiso social y la eficiencia económica de los actores turísticos de Huacachina. Estos resultados se alinean con la literatura existente que destaca el potencial del marketing ecológico para transformar prácticas en sectores clave como el turismo. No obstante, se identifican limitaciones como el alcance geográfico restringido a una sola localidad y el corto tiempo de intervención, lo cual sugiere la necesidad de ampliar

el estudio en otros contextos y con evaluaciones a mediano o largo plazo.

En conclusión, se determinó que el marketing ecológico constituye una herramienta efectiva para mejorar la sostenibilidad turística en zonas naturales vulnerables. Su aplicación práctica es relevante para diseñar políticas públicas, campañas de sensibilización y estrategias empresariales sostenibles. Se recomienda realizar futuras investigaciones en otros destinos turísticos similares, incorporar al turista como parte de la intervención y evaluar el impacto sostenido en el tiempo, con miras a garantizar la preservación ambiental y el desarrollo económico responsable en entornos turísticos del país.

Palabras clave: marketing ecológico, sostenibilidad, turismo, impacto, Huacachina.

12. Contabilidad y Fiscalidad Socioambiental del Agua

Mg. Paulina Ramos Díaz

Universidad de Guadalajara, Mexico

El preguntar acerca de qué alternativas se están trabajando cuando llegue el día en que las fuentes externas no puedan sustentar de agua a la Ciudad de México, exige revisar la importancia socioambiental del agua y su origen. En la Capital desde la época de las civilizaciones mesoamericanas, donde aprovecharon la riqueza hídrica de la región para el desarrollo de Tenochtitlán, los mexicanos construyeron su capital sobre un suelo artificial, creando sistemas de chinampas y canales que sustentaron su agricultura y cultura. En aquel tiempo, la ciudad contaba con lagos y recursos naturales abundantes y el Templo Mayor, dedicado a Tláloc, el dios de la lluvia simbolizaba la veneración por el agua, sin embargo, el deterioro ambiental y el crecimiento urbano han transformado radicalmente este paisaje. Hoy, la Ciudad de México depende del suministro de agua de otros estados y enfrenta graves problemas de escasez y distribución desigual.

Uno de los enfoques de la contabilidad y fiscalidad socioambiental del agua tienen impacto en las actividades empresariales y fortalece el uso de los recursos naturales, se considera la importancia con la gestión hídrica en México, con énfasis en la normatividad fiscal y el uso del agua.

El resultado del análisis del marco normativo vigente discute la viabilidad de eliminar los subsidios y concesiones. Además, se aborda la construcción de modelos de contabilidad que integren el uso de los recursos naturales en la economía y su normatividad, la implementación de estrategias fiscales puede fomentar la responsabilidad ambiental empresarial y garantizar una distribución equitativa del recurso hídrico. Finalmente, se proponen medidas para fortalecer la información socioambiental para la toma de decisiones e instrumento de transparencia y sostenibilidad.

Palabras clave: contabilidad socioambiental; fiscalidad del agua; sostenibilidad; gestión hídrica; normatividad fiscal.

13. Las habilidades financieras y la satisfacción académica de los estudiantes universitarios de la facultad de administración de la Universidad Pública de Ica, 2024

Steven Antonio Rojas Yataco

22010055@unica.edu.pe

Ángeles Marissa Belinda Quispe Sotelo

22010065@unica.edu.pe

Juan Alberto Quispe Escate

22010089@unica.edu.pe

Universidad Nacional San Luis Gonzaga, Perú

Este trabajo estudia la relación entre las habilidades financieras y la satisfacción académica de los estudiantes universitarios. Se parte del reconocimiento de que una gestión financiera adecuada influye no solo en el bienestar económico, sino también en el rendimiento y motivación académica. Las habilidades financieras abordadas incluyen: gestión del dinero, elaboración de presupuestos, capacidad de ahorro y manejo de deudas.

El propósito fue determinar cómo estas habilidades inciden en la satisfacción académica de los estudiantes del IV semestre de la Facultad de Administración en el año 2024. Se justificó en la necesidad de fortalecer la educación financiera como base para la mejora del rendimiento académico, bienestar personal y toma de decisiones responsables en los estudiantes.

La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, diseño experimental, nivel correlacional. Se trabajó

con una población de 89 estudiantes, seleccionando una muestra intencional de 22 alumnos del IV “B”. Se utilizó como técnica principal la encuesta y como instrumento un cuestionario estructurado. Los datos fueron procesados con el software SPSS v.25 y validados mediante el análisis de varianza (ANOVA) y el coeficiente Rho de Spearman para el contraste de hipótesis.

Los resultados revelaron que los estudiantes muestran niveles variados de desarrollo de habilidades financieras. Por ejemplo, un 54.5% elabora presupuestos casi siempre o siempre, mientras que solo un 45.5% se involucra con regularidad en actividades de responsabilidad financiera. Respecto a la satisfacción académica, un 50% manifestó estar regularmente satisfecho y otro 13.6% indicó estar completamente satisfecho. El análisis estadístico confirmó una correlación significativa entre las habilidades financieras y la satisfacción académica, con un valor $p = .024$.

14. Propuesta de Desarrollo de Plataforma web de acceso remoto para formación y entrenamiento en robótica educativa

Mac Linder Africano Castro

mafricano@unibarranquilla.edu.co

Institución Universitaria de Barranquilla

El acelerado avance en la tecnología ha transformado de manera significativa los métodos de enseñanza y aprendizaje, abriendo paso a herramientas innovadoras que permiten experiencias educativas más interactivas, prácticas y accesibles, incluso a distancia, sin embargo, muchas instituciones educativas de primaria y secundaria no tienen acceso a estas nuevas herramientas, generando rezago en el aprovechamiento de temáticas STEM. En este contexto, surge la propuesta de desarrollo de una plataforma web para control remoto de robots educativos garantizando su integridad física y operativa.

La plataforma se plantea como un recurso pedagógico diseñado para que estudiantes de instituciones educativas de ámbito escolar puedan interactuar con robots reales mediante un entorno de programación visual basado en lenguaje de bloques o código. Esta modalidad permite a los usuarios probar la programación enviando su código a través de internet para ser ejecutado directamente en los equipos físicos, lo cual amplía el alcance del equipamiento en robótica educativa y disminuye costos iniciales a las escuelas que incursionan en esta metodología. Lo anterior

se alinea con objetivos de inclusión y equidad en el acceso a recursos tecnológicos al brindar la posibilidad de interactuar con equipos reales a través de internet, reduciendo la dependencia de la presencia física en laboratorios especializados, lo que también beneficia a estudiantes en zonas alejadas o con limitaciones de infraestructura. En este sentido, el proyecto contribuye a cerrar la brecha digital y a democratizar el acceso a experiencias de aprendizaje de alta calidad.

Uno de los ejes centrales del proyecto es la supervisión remota del robot. Los estudiantes podrán observar, en tiempo real, el comportamiento y la respuesta del robot tras la ejecución de sus instrucciones, a través de sistemas de video en vivo u otros medios interactivos. Esta dinámica no solo incrementa la motivación y el interés por la robótica, sino que también fortalece el aprendizaje basado en la experimentación y el método de ensayo y error, elementos fundamentales en el desarrollo de habilidades de resolución de problemas. Además, la plataforma se perfila como una herramienta clave para la promoción de competencias STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas).

En la discusión, se contrastaron los resultados con investigaciones previas, como las de Loza et al. (2024) y Valenzuela et al. (2022), que coinciden en la importancia de la educación financiera como factor de bienestar estudiantil. La principal limitación del estudio fue el tamaño reducido de la muestra, aunque se compensó con un análisis detallado de las variables.

Se concluye que el fortalecimiento de habilidades financieras en los estudiantes universitarios puede mejorar su satisfacción académica. Este hallazgo tiene implicaciones tanto teóricas como prácticas, al proponer la incorporación de contenidos de educación financiera en los planes curriculares y estrategias de bienestar estudiantil.

Palabras clave: Habilidades financieras; Presupuestos; Satisfacción académica; Gestión del dinero; Educación universitaria.

15. El neuromarketing y la motivación laboral de los colaboradores de la Hiperbodega Precio Uno, Ica, 2024

Meily Danay Acasiete Zamudio

22010007@unica.edu.pe

Karla Patricia Ávalos Palomino

22010106@unica.edu.pe

Jairo Jesús Huauya Ramos

22010013@unica.edu.pe

Universidad Nacional San Luis Gonzaga, Perú

El presente texto nace en el marco del proyecto de investigación desarrollado por el Semillero “Administradores del milenio en acción” de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga”

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar la relación entre el neuromarketing y la motivación laboral de los colaboradores de la Hiperbodega Precio Uno Ica en el año 2024. La importancia de esta investigación radica en la necesidad de comprender cómo las estrategias de neuromarketing pueden influir en el desempeño y bienestar de los empleados, un aspecto crucial para el crecimiento y la competitividad empresarial, especialmente en el sector minorista. La hipótesis general planteada fue que el neuromarketing se relaciona significativamente con la motivación laboral de los colaboradores de la Hiperbodega Precio Uno Ica.

La metodología empleada fue de tipo básica, con un nivel descriptivo

correlacional y un diseño no experimental. La población estuvo conformada por 65 colaboradores de la Hiperbodega Precio Uno Ica, de los cuales se obtuvo una muestra de 56 colaboradores mediante la aplicación de la fórmula de poblaciones finitas. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, utilizando un cuestionario como instrumento. Para el procesamiento y análisis de los datos se empleó el software estadístico SPSS y la prueba Rho de Spearman.

Los hallazgos principales de la investigación revelaron una relación significativa entre el neuromarketing y la motivación laboral. Específicamente, se encontró que el neuromarketing sensorial, emocional y cognitivo se relacionan directa y positivamente con la motivación intrínseca y extrínseca de los colaboradores. Estos resultados confirman la hipótesis general y las específicas planteadas. La interpretación de estos hallazgos sugiere que la aplicación de principios del neuromarketing puede ser una herramienta efectiva para mejorar los niveles de motivación dentro de la organi-

zación, lo cual se alinea con estudios previos que resaltan la influencia de factores psicológicos y perceptuales en el ambiente laboral. Sin embargo, una limitación del estudio fue su alcance geográfico restringido a una única sucursal, lo que podría limitar la generalización de los resultados.

En conclusión, el neuromarketing influye de manera significativa en la motivación laboral de los colaboradores. Las implicaciones prácticas de este estudio son que las empresas pueden implementar estrategias basadas en el neuromarketing para fomentar un ambiente de trabajo más estimulante y gratificante, lo que a su vez podría traducirse en una mayor productividad y satisfacción del personal. Se recomienda para futuras investigaciones ampliar el tamaño y la diversidad de la muestra, incluyendo otras sucursales o empresas del sector, para obtener una visión más completa y generalizable de la relación entre neuromarketing y motivación laboral.

Palabras clave: Neuromarketing, motivación laboral, neuromarketing sensorial, neuromarketing emocional, neuromarketing cognitivo.

