

PRESENTACIÓN

<https://doi.org/10.22395/seec.v22n53a1>

La edición número 53 de *Semestre Económico* trata diferentes temáticas de la economía que se encuentran presentes en el *scope* de la revista, tales como el desarrollo regional, comportamiento de los agregados macroeconómicos, economía financiera, economía ambiental y sostenibilidad, y comportamiento del consumidor. De este último tema se aceptaron los mejores trabajos que entregaron los ponentes participantes del 4th *On /Off International Conference in Marketing Decision Making*, realizado en la Universidad de Barcelona los días 4 y 5 de diciembre de 2019. De esta manera, la revista evidencia su apertura a la recepción de artículos que contribuyan a la solución de problemáticas desde un enfoque interdisciplinario, para lo cual se hace necesaria la articulación con otras disciplinas del campo como el mercadeo y la administración.

En el primer artículo Edwin Arbey Hernández García de la Universidad Nacional de Colombia y Leonardo Raffo López de la Universidad del Valle presentan el artículo titulado "Comercio intra-industrial y variaciones del empleo en la industria colombiana, 1991-2015". Emplean el índice A de Brülhart que permite medir el comercio intra-industrial marginal e índices que discriminan la naturaleza vertical y horizontal del comercio intra-industrial; estiman modelos de panel estáticos y dinámicos, para lo que prueban la hipótesis del ajuste suave (HAS) en Colombia. Los resultados indican que las estimaciones son consistentes con la HAS, lo que implica que a medida que se incrementen los intercambios comerciales de forma intra-industrial, los costos de ajuste serán menores.

En el segundo artículo María Inés Barbosa Camargo, Alejandra Salazar Sarmiento y Kelly Jhohana Peñaloza Gómez de la Universidad de La Salle, Bogotá, presentan el artículo titulado "Valoración de riesgo mediante modelos GARCH y simulación Montecarlo: evidencia del mercado accionario colombiano". Su objetivo es evaluar el comportamiento de varios modelos de volatilidad en estimaciones de un día del valor de riesgo (VaR) de veinticuatro series de retornos de acciones en Colombia con diferentes distribuciones. Los resultados indican que elegir un único modelo para el cálculo del VaR es difícil, pero se valida el uso de modelos paramétricos con distribución normal y simulación Montecarlo en mercados financieros emergentes.

En el tercer artículo María Camila Bermeo-Giraldo, Alejandro Valencia-Arias y Bianeth Duque García de la Institución Universitaria Escolme, Luis Fernando

Garcés-Giraldo de la Corporación Universitaria Americana y Teresa Luna-Ramírez de la Fundación Universitaria Católica del Norte presentan el artículo titulado "Factores de uso de los medios de pago móviles en *millennials* y *centennials*", cuyo objetivo es identificar los factores que inciden en la adopción de la banca móvil en jóvenes *millennials* y *centennials* de Medellín. Para lograr este propósito, emplearon un análisis factorial exploratorio con un enfoque cuantitativo y de alcance exploratorio-descriptivo. Sus resultados indican que las variables más relevantes para la decisión de usar pagos móviles son la experiencia en uso y la conciencia percibida.

En el cuarto artículo Luz Alexandra Montoya-Restrepo e Iván Alonso Montoya-Restrepo de la Universidad Nacional de Colombia, y Javier Sánchez-Torres de la Universidad de Medellín presentan el artículo "*Marketing simbiótico*. Una aproximación hacia el concepto desde una revisión teórica". Su propósito es llevar a cabo una revisión del concepto del *marketing simbiótico* desde sus orígenes hasta la actualidad (1969-2019). Para ello, hacen uso de un análisis de tendencias con base en Scopus. Los resultados indican que si bien el concepto ya fue desarrollado, ha pasado por diferentes explicaciones que llevan a una baja claridad en su definición y evidencian así la necesidad de consolidar las contribuciones para reconocer y fortalecer futuros estudios empíricos.

En el quinto artículo Yanina Roxana Pacheco Canales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú hace una evaluación de la política pública sobre el bioetanol como combustible en Perú durante el periodo 2003-2019. Presenta los modelos conceptuales y las herramientas de política pública sobre el bioetanol y analiza sus impactos y destinatarios. Entre los principales resultados del análisis destaca la necesidad de: incluir un objetivo orientado a la disminución del calentamiento global y la creación de una entidad multisectorial que articule el mercado de biocombustibles, además de una serie de ajustes que conlleven una política pública con mejores beneficios para la sociedad.

En el sexto artículo Alejandro Valencia-Arias, Johan Yepes Chamorro, Omar Salgado Rodríguez y Johan López de la Corporación Universitaria Americana, sede Medellín y Juan Pablo Mejía Ordóñez de la Institución Universitaria Escolme, Medellín presentan el artículo "Factores de adopción del *e-shopping* en población juvenil colombiana: caso de estudio". Su metodología se soporta en un análisis empírico basado en el modelo de aceptación tecnológica (TAM). Los resultados reflejan una percepción de dificultad para el uso de los sitios de compra en línea, además de que la calidad de la información en los sitios de compra en línea se considera baja. No obstante, evidencia que la percepción de la calidad representa un factor fundamental para fomentar la adopción del *e-shopping*, planteado desde la perspectiva de la pertinencia de la información, su utilidad y claridad.

En el séptimo artículo Jackeline Valencia y Ana María Umba López de la Institución Educativa Escolme, Medellín, Ana María Moná de la Universidad Nacional de Colombia, Jhoany Alejandro Valencia Arias de la Corporación Universitaria Americana, sede Medellín y Camilo Patiño Vanegas del Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM), Medellín hacen un análisis bibliométrico de 374 documentos obtenidos de Scopus, lo que les permite examinar la evolución y tendencias investigativas en el *marketing* orientado a industrias culturales y creativas. Los resultados muestran que los temas más investigados son: estrategia de mercado, diseño de producto, influencia del factor cultural, gestión de la industria y acciones de internacionalización orientadas a la expansión de dichas industrias. Se concluye que un mayor enfoque en economías emergentes es necesario, ya que su contexto social, cultural y económico es particular.

Por último, en el octavo artículo Ernesto Fabián Giuliano de la Universidad de Formosa, Argentina, presenta el texto "Mutaciones estatales y el complejo hidrocarburífero de Formosa", en el cual estudia los cambios en los ámbitos funcional y espacial del Estado en el marco de su inserción periférica intra-nacional y supranacional entre 1991-2012 del complejo hidrocarburífero de Formosa, Argentina. La metodología empleada combina fuentes documentales con datos cuantitativos. Los resultados muestran que el Estado provincial ha mutado a nuevas funciones económicas cuyo entramado resulta similar al que la literatura académica llama *estado de competencia*, puesto que facilita la penetración del gran capital, control y manejo de activos como el petróleo, lo cual permite su explotación de manera extractivista-exportador, en ambientes rurales que se van degradando en los ámbitos social y ambiental.

Abraham Allec Londoño Pineda
Editor