

Editorial

Nos anima presentar el número 43 del volumen 24 de la *Revista Universidad y Empresa*. En esta edición hemos reunido una selección diversa y enriquecedora de artículos que exploran una amplia gama de temáticas relevantes en el mundo empresarial actual. A través de estos estudios, buscamos no solo proporcionar una visión panorámica de los desafíos y oportunidades que enfrentan las organizaciones en distintos contextos, sino también destacar los puntos en común, diferencias, pertinencia y relevancia de las investigaciones que abordarán temas relacionados con la administración de organizaciones y el mercadeo, los vínculos entre las organizaciones y la sociedad alrededor de la sostenibilidad y la responsabilidad social, la educación en administración y el emprendimiento y la innovación.

El presente número se compone de 10 manuscritos: 8 corresponden a la categoría de artículos de investigación científica y tecnológica; y 2, a la de artículos de revisión de literatura. Estos textos se centran en investigaciones efectuadas acerca de la cultura organizacional desde los valores en competencias, la intención de compra en línea, las capacidades que impactan la innovación de producto, el valor de marca en el sector del turismo, el perfil del comportamiento emprendedor de universitarios del sur de Chile, la priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en empresas regionales, las relaciones comerciales en los agronegocios, las necesidades de capacitación en Mipymes del sector textil en México y el acercamiento a la producción académica de dos conceptos emergentes, a saber: los ecosistemas de emprendimiento y los emprendimientos sociales. De igual forma, en esta edición, se incorpora la segunda parte del documento que compila los resúmenes de las ponencias presentadas por

diversos investigadores en el marco del Encuentro Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas y Experiencias Empresariales 2022.

En conjunto, los artículos que dan forma a este número proveen un acercamiento valioso a la complejidad y a la diversidad del entorno empresarial actual. A través del análisis de los temas abordados en ellos, se proporciona una base sólida para la reflexión, el aprendizaje y la toma de decisiones informadas en la gestión y el desarrollo de las organizaciones dentro de nuestra cambiante y desafiante realidad.

En la *Revista Universidad y Empresa* seguimos firmemente comprometidos con la misión de ser una plataforma idónea para la divulgación de valiosos trabajos de investigación, revisión y reflexión generados por nuestra comunidad de investigadores. Con plena convicción de su valor, extendemos una cordial invitación a académicos, educadores, estudiantes y profesionales interesados en el ámbito de la administración y las organizaciones a explorar, compartir y aplicar estos recursos en beneficio propio y de la sociedad en su conjunto.

Sea este un momento idóneo para invitarlos a consultar nuestra página de LinkedIn: [Revista Universidad y Empresa UyE](#), así como a estar al tanto de las diversas estrategias de difusión que hemos creado para cada una de nuestras publicaciones bajo la modalidad de infografía. Un ejemplo de ellas es el presentado en la figura 1.



Figura 1. Infografía elaborada como estrategia de difusión para el artículo de Marulanda-Grisales et al. (2023)

También, con el fin de aportar a la difusión de nuestros contenidos ante una comunidad cada vez más amplia, estamos desarrollando videos, cápsulas, *podcasts* y sesiones de Facebook Live (realizadas con el apoyo de la Editorial Universidad del Rosario) centradas en las temáticas abordadas por nuestros articulistas. Invitamos a los miembros de nuestra comunidad a consultar estos materiales y, por supuesto, a difundirlos lo más ampliamente posible entre sus redes de contactos.