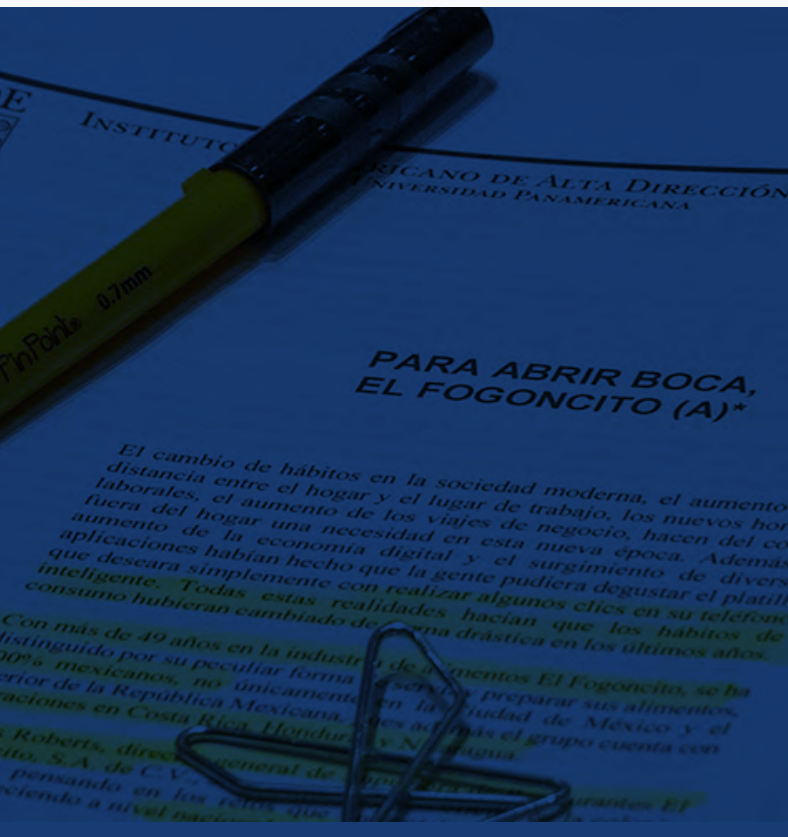




IPADE
BUSINESS SCHOOL
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

MANAGEMENT RESEARCH

2024



DIRECTORIO DIRECTORY

Dirección de Investigación y Procesos Académicos
Senior Associate Dean for Research and Academic Processes
Juan Romero McCarthy
jv.romero@ipade.mx

Dirección de la Unidad de Servicios Compartidos
Shared Services Unit Department
Myriam Moreno Jiménez
myr.moreno@ipade.mx

Dirección de Comunicación Corporativa
Corporate Communication Department
Andrea Moreno Herrero
andreamoreno@ipade.mx

Diseño
Design
Mónica Manzano Islas
mmanzano@ipade.mx

Edición
Edition
Alejandrina Lincoln Strange Ochoa
alincoln@ipade.mx

ARTÍCULOS ACADÉMICOS ACADEMIC ARTICLES

- 12** **Explorando nuevas formas de consumo en Francia y México**
Exploring New Paths of Consumption in France and Mexico
Silvia Cacho-Elizondo
- 13** **¿Deberían las empresas incluir la congelación de óvulos en los beneficios para empleados?**
Should Companies Include Egg Freezing in Employee Benefits?
Alejandro Espinosa Herrera
- 14** **Las tarifas ferroviarias en México: ¿Contribuyen a la inflación?**
Rail freight rates in Mexico: Do they fuel inflation?
Benjamín Alemán-Castilla
- 15** **Implicaciones del trabajo remoto post-pandemia: perfil de riesgo de género en Colombia**
Remote Work Implications Post-Pandemic: Gender Risk Profiles in Colombia
Ximena Campos García
- 16** **Preocupación climática mejora percepción y aceptación de alimentos sostenibles**
Climate Concern Enhances Perception of Sustainable Food Products
Mario Paredes Escobar
- 17** **Beneficios económicos de hábitos alimenticios más saludables en México**
Economic Benefits of Healthier Eating Habits in Mexico
Alejandro Espinosa Herrera
- 18** **¿Ha colapsado la democracia mexicana? Lo que los líderes deben de saber**
Has Mexican Democracy Collapsed? What leaders need to know
Alejandro Espinosa Herrera

19 ¿Cómo entender lo que realmente valoran tus clientes?

Understanding what your customers truly value

Mario Paredes Escobar

Explorando la colaboración en equipo en el nuevo Metaverso

Exploring Team Collaboration in the New Metaverse

Javier González Núñez

RESEARCH REPORTS

20 Equidad de género en escuelas de negocios y liderazgo corporativo

Gender Equity in Business Schools and Corporate Leadership

Gabriela Alvarado Cabrera

Encuesta de Expectativas Empresariales 2024-Segundo Semestre

Business Expectations Survey 2024-Second Semester

**Antonio Casanueva Fernández,
Alberto Ibarra Garza,
José Carlos Rodríguez Pueblita**

21 Encuentros IA: México traza su hoja de ruta en infraestructura y economía digital

AI Meetings: Mexico Maps Its Roadmap for Infrastructure and the Data-Driven Economy

Rafael Ramírez de Alba López

Explorando los índices de diferenciales crediticios e intermediación financiera para México

Exploring Across-the-Curve Credit Spread Indices and Financial Intermediation for Mexico

José Carlos Rodríguez Pueblita

LIBROS BOOKS

22 Dirección Estratégica de Servicios Strategic Services Management

Dirección Estratégica de Servicios. Guía de apoyo docente

Strategic Services Management.
A practical guide for teaching

Rodrigo Garza Burgos

23 Innovación digital y emprendimiento

Digital Innovation and Entrepreneurship

Emprendimiento social Social Entrepreneurship

Javier González Núñez

24 Dirección de Recursos Humanos: una perspectiva para la Alta Dirección

Human Resources Management: A Perspective for Senior Management

Rodrigo González Souza, Yvette Mucharraz y Cano, Antonio Sancho y Maldonado y Alejandro Vázquez Ríos

La conquista de la madurez

The Conquest of Maturity

José Antonio Lozano Díez

CAPÍTULOS DE LIBROS BOOK CHAPTERS

25 El liberalismo católico: una propuesta antipopulista

Catholic liberalism:
an antipopulist proposal

Maciej Bazela

Second Life y la inmersión en comunidades virtuales /

Second Life and the Immersion
Into Virtual Communities

Javier González Núñez

Liderazgo femenino dentro de las empresas y en la sociedad

Female leadership within
companies and society

Yvette Mucharraz y Cano





CENTROS DE INVESTIGACIÓN

RESEARCH CENTERS

ARTÍCULOS ACADÉMICOS

ACADEMIC ARTICLES

26

La resiliencia al burnout ante la pandemia de COVID-19

Burnout resilience in the face of the COVID-19 pandemic

Yvette Mucharraz y Cano

27

Mujeres en Consejos de Administración

Women on board

Yvette Mucharraz y Cano

28-29

Condiciones laborales y la caída de la Responsabilidad Social

Strained Work Conditions and the Decline of Social Responsibility

Impulso a la Innovación: el papel de ambientes laborales de apoyo

Innovation Boost: The Role of Supportive Work Environments

Asghar Afshar Jahanshahi

30

Rasgos oscuros y emprendimiento latino: un análisis profundo

Dark Traits and Latino Entrepreneurship: A Deeper Look

Asghar Afshar Jahanshahi, Ximena Campos García, Javier González Núñez, Arturo Orozco Leyva y Luis Antonio Paredes Izaguirre

31-39

Sostenibilidad en PYMEs: factores clave y desafíos

Sustainability in SMEs: Key Drivers and Challenges

Asghar Afshar Jahanshahi

Valores ecológicos: cómo la conciencia afecta el consumo

Eco-Values: How Awareness Shapes Consumption and Packaging

Cadenas de suministro verdes con *blockchain*: un camino a la rentabilidad

Greener Supply Chains with Blockchain: A Path to Profitability

Sobreviviendo al COVID-19: tácticas financieras en empresas de logística turcas

Surviving COVID-19: Financial Tactics of Turkish Logistics Companies

Resiliencia en la adversidad: salud mental de atletas iraníes

Resilience in Adversity: Iranian Athletes' Mental Health During COVID-19

Revolución de la banca digital: oportunidades para nuevos emprendedores

Digital Banking Revolution: Opportunities for Emerging Entrepreneurs

Dilemas de la era digital: resultados para trabajadores en empleos precarios

Digital Age Dilemmas: Outcomes for Precarious Workers

Mejores servicios a través de la prevención de corrupción

Better Services Through Corruption Prevention Strategies

El papel de la personalidad del CEO en el éxito empresarial familiar

The Role of CEO Personality in Family Business Success
Asghar Afshar Jahanshahi

41

El impacto social de la cirugía de cataratas en México

The Social Impact of Nonprofit Cataract Surgery in Mexico
Benjamín Alemán-Castilla y Ana Cristina Dahik Loor



RESEARCH REPORTS

- 42** **Evaluación del modelo de intervención colonia Simi: teoría de cambio**
Evaluation of the Colonia Simi Intervention Model: Theory of Change
Bernardo Sainz Martínez, Ana Cristina Dahik Loor, Benjamín Alemán-Castilla y José Carlos Rodríguez Pueblita

Sostenibilidad en la cadena de valor del aceite de palma
Sustainability in the palm oil value chain in Mexico
Ana Cristina Dahik Loor, Rodrigo González Souza, Camilo Posse Velásquez

- 44** **Continuidad y Ambidestreza Organizacional: el Rol de la Familia Empresaria**
How Families Drive Innovation and Business Continuity
Fernanda Canale Segovia

- 45** **¿Cómo avanzan las empresas familiares?**
How are family businesses progressing?
Alfonso Bolio Arciniega y Ricardo Aparicio Castillo

CAPÍTULOS DE LIBROS BOOK CHAPTERS

- 40** **Revolucionando el aprendizaje de idiomas en los negocios con IA**
Revolutionizing Business Language Learning with AI

Cadenas de suministro sostenibles: impulsando la recuperación con tecnología verde
Sustainable Supply Chains: Powering Recovery with Green Tech
Asghar Afshar Jahanshahi

- 43** **Mecanismos para integrar a pequeños productores en la cadena de valor del aceite de palma sostenible en el sureste de México**
Mechanisms to integrate small producers into the sustainable palm oil value chain in southeastern Mexico
Ana Cristina Dahik Loor, Rodrigo González Souza, Camilo Posse Velásquez

46 PROCEEDINGS

48 CASOS CASES

53 NOTAS TÉCNICAS TECHNICAL NOTES

55 NUMERALIA NUMERICAL DATA



ESTIMADO LECTOR:

Me complace compartir contigo esta edición de *IPADE Management Research*, donde presentamos el trabajo de investigación realizado por nuestro Claustro Académico a lo largo de 2024. Fieles a nuestra misión de “formar líderes con visión global, responsabilidad social y sentido cristiano, capaces de transformar a las organizaciones y la sociedad”, cada estudio aquí publicado refleja nuestro compromiso con la excelencia académica y la generación de conocimiento aplicable a la alta dirección.

En un entorno empresarial en constante evolución, la investigación es un pilar fundamental para una escuela de negocios. No solo impulsa la generación de nuevas ideas y perspectivas, sino que también permite a los directivos tomar decisiones mejor fundamentadas en un mundo cada vez más complejo y desafiante.

En IPADE, impulsamos una investigación que trasciende el ámbito teórico y se convierte en una herramienta práctica para la toma de decisiones empresariales. Nuestros profesores, con su sólida trayectoria en la academia y en la alta dirección, integran sus hallazgos en el aula, enriqueciendo la formación de nuestros participantes y preparándolos para afrontar los retos del liderazgo con una visión estratégica.

El resultado de dicho esfuerzo se plasma en esta publicación, que reúne contribuciones en diversos formatos: artículos académicos, *research reports*, capítulos de libros, *proceedings*, casos y notas técnicas. Estoy seguro de que cada una de ellas será una fuente valiosa de conocimiento y reflexión para quienes buscan una perspectiva profunda y actual sobre el mundo empresarial.

DEAR READER:

I am pleased to share with you this edition of *IPADE Management Research*, where we present the research work conducted by our Academic Faculty throughout 2024. True to our mission of “developing leaders with a global vision, social responsibility, and a Christian perspective, capable of transforming organizations and society,” each study published here reflects our commitment to academic excellence and the creation of knowledge applicable to top management.

In a constantly evolving business environment, research is a fundamental pillar for a business school. It not only drives the generation of new ideas and perspectives but also enables executives to make better-informed decisions in an increasingly complex and challenging world.

At IPADE, we promote research that goes beyond theory and becomes a practical tool for business decision-making. Our professors, with their extensive experience in both academia and top management, integrate their findings into the classroom, enriching the education of our participants and preparing them to face leadership challenges with a strategic vision.

The result of this effort is reflected in this publication, which compiles contributions in various formats: academic articles, research reports, book chapters, proceedings, case studies, and technical notes. I am confident that each of them will serve as a valuable source of knowledge and insight for those seeking a deep and up-to-date perspective on the business world.



**Lorenzo
Fernández
Alonso**

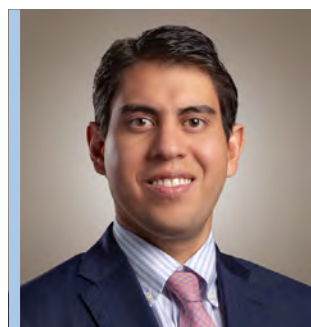
Director general | Dean
IPADE Business School

SILVIA CACHO-ELIZONDO

Página 14

Directora y profesora del área de Comercialización. Doctora en Ciencias de la Administración, con especialidad en Marketing por HEC Paris, Francia. MBA por IPADE, maestra en Ciencias en Mercadotecnia y Estrategia por la Université Paris-IX Dauphine y en Ciencias en Administración de la Tecnología por la University of Sussex.

Marketing Management Department Chair and Professor. Ph.D. in Management Science with a specialization in Marketing from HEC Paris, France. MBA from IPADE, Master of Science in Marketing and Strategy from Université Paris-IX Dauphine, and Master of Science in Technology Management from the University of Sussex.



JESÚS ALEJANDRO ESPINOSA HERRERA

Páginas 13, 17, 18

Profesor del área de Entorno Político y Social. Doctor y maestro en Política Comparada por la Universidad de Oxford, Nuffield College y por la Universidad de Oxford, St. Antony's College respectivamente. Licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

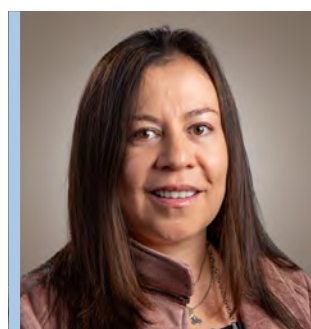
Social and Political Environment Department Professor. Ph.D. and Master's in Comparative Politics from the University of Oxford, Nuffield College, and the University of Oxford, St. Antony's College, respectively. Bachelor's degree in Economics from the Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

BENJAMÍN ALEMÁN-CASTILLA

Páginas 14, 41, 42

Profesor del área de Entorno Económico. Doctor en Economía y maestro en Investigación en Economía por la London School of Economics and Political Science. Licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Economic Environment Department Professor. Ph.D. in Economics and Master's in Economic Research from the London School of Economics and Political Science. Bachelor's in Economics from the Instituto Tecnológico Autónomo de México.



XIMENA CAMPOS GARCÍA

Páginas 15, 30

Profesora del área de Dirección de Operaciones. Doctora, DBA, en Business Administration por la Maastricht School of Management y doctora, DBA, en Administración Estratégica de Empresas – CENTRUM – Pontificia Universidad Católica del Perú. Maestra en Filosofía por la Maastricht School of Management. MBA por INALDE Business School.

Operations Management Department Professor. Ph.D. in Business Administration from the Maastricht School of Management and Ph.D. in Strategic Business Management – CENTRUM – Pontificia Universidad Católica del Perú. Master's in Philosophy from the Maastricht School of Management. MBA from INALDE Business School.

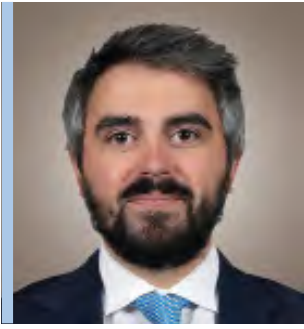
MARIO PAREDES ESCOBAR

Páginas 16, 19

Profesor del área de Comercialización. Doctor en Dirección Empresarial por la Universidad del País Vasco, UPV/EHU. Maestro en finanzas y licenciado en Marketing por la Universidad Rafael Landívar.

Marketing Management Department Professor. Ph.D. in Business Management from the Universidad del País Vasco, UPV/EHU. Master's in Finance and Bachelor's in Marketing from Universidad Rafael Landívar.





JAVIER GONZÁLEZ NÚÑEZ

Páginas 19, 23, 25, 30

Profesor del área de Política de Empresa. MBA por ENEB y máster en Gestión Financiera por la misma institución. Máster en finanzas por ICHEC Brussels School of Management y en Gestión de la innovación y emprendimiento por HEC Paris.

Strategy and General Management Department Professor. MBA from ENEB and Master's in Financial Management from the same institution. Master's in Finance from ICHEC Brussels School of Management and in Innovation and Entrepreneurship Management from HEC Paris.

GABRIELA ALVARADO CABRERA

Página 20

Profesora del área de Comercialización. Doctora en Administración de Empresas con especialidad en Estrategia y Gobierno Corporativo por IE Business School. Maestra en Administración por el Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Marketing Management Department Professor. Doctor in Business Administration with a specialization in Strategy and Corporate Governance from IE Business School. Master's in Administration from the Instituto Tecnológico Autónomo de México.



ANTONIO CASANUEVA FERNÁNDEZ

Página 20

Profesor de las áreas de Comercialización y Control e Información Directiva. Doctor por Warwick Business School. Maestro en Filosofía por la misma institución y MBA por IPADE Business School. Cuenta con estudios de posgrado por Columbia Business School.

Marketing Management Department and Managerial Information and Control Department Professor. Ph.D. from Warwick Business School. Master's in Philosophy from the same institution and MBA from IPADE Business School. He has completed postgraduate studies at Columbia Business School.

ALBERTO IBARRA GARZA

Página 20

Director y profesor del área de Análisis de Decisiones. Doctor y maestro en Ciencias de la Dirección por IESE Business School. MBA por IPADE Business School. Contador Público por la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Decision Analysis Department Chair and Professor. Ph.D. and Master's in Management Sciences from IESE Business School. MBA from IPADE Business School. Certified Public Accountant from the Universidad Autónoma de Nuevo León.



JOSÉ CARLOS RODRÍGUEZ PUEBLITA

Páginas 20, 21, 42

Profesor del área de Entorno Económico. Doctor y maestro en Economía por la Universidad de Pennsylvania. Licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (Mención Honorífica).

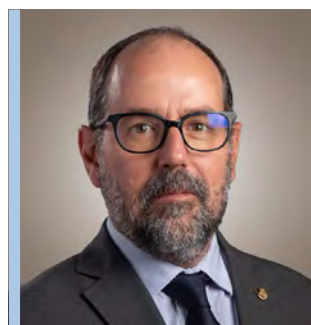
Economic Environment Department Professor. Ph.D. and Master's in Economics from the University of Pennsylvania. Bachelor's in Economics from the Instituto Tecnológico Autónomo de México (with Honors).

RAFAEL RAMÍREZ DE ALBA LÓPEZ

Página 21

Es director y profesor del área de Entorno Económico. Máster en Dirección de Empresas con especialidad en Finanzas por Columbia Business School. Licenciado en Economía por la Universidad Panamericana.

Economic Environment Department Chair and Professor. Master's in Business Administration with a specialization in Finance from Columbia Business School. Bachelor's in Economics from Universidad Panamericana.



RODRIGO GARZA BURGOS

Página 22

Director y profesor del área de Dirección de Operaciones. Doctor EDDBA por Crummer Graduate School of Business, Rollins College. MBA por IPADE Business School. Ingeniero Industrial por la Universidad Iberoamericana.

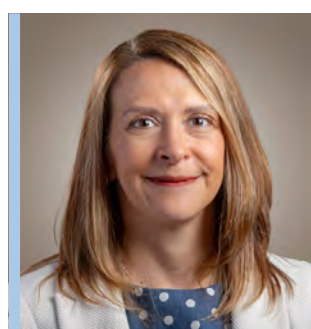
Operations Management Department Chair and Professor. Ph.D. EDDBA from Crummer Graduate School of Business, Rollins College. MBA from IPADE Business School. Industrial Engineer from Universidad Iberoamericana.

RODRIGO GONZÁLEZ SOUZA

Páginas 24, 42, 43

Profesor del área de Dirección de Personal. Ph.D. en Administración de Empresas, Crummer Graduate School of Business, Rollins College. MBA por IPADE Business School y máster en Análisis Económico y Economía Financiera por la Universidad Complutense de Madrid.

Human Resources Management Professor. Ph.D. in Business Administration from Crummer Graduate School of Business, Rollins College. MBA from IPADE Business School and Master's in Economic Analysis and Financial Economics from Universidad Complutense de Madrid.



YVETTE MUCHARRAZ Y CANO

Páginas 24, 25, 26, 27

Profesora del área de Dirección de Personal y directora del Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (CIMAD). Doctora en Ciencias Sociales por la Royal Roads University y máster en Estudios Interdisciplinarios por la misma institución.

Human Resources Management Department Professor and Director of the Research Center for Women in Senior Management (CIMAD). Ph.D. in Social Sciences from Royal Roads University and Master's in Interdisciplinary Studies from the same institution.

ANTONIO SANCHO Y MALDONADO

Página 24

Profesor del área de Dirección de Personal. Doctor y maestro en Negocios por Tulane University. Cuenta con una maestría en Recursos Humanos por la Universidad La Salle. Egresado del programa D-1 de IPADE Business School.

Human Resources Management Department Professor. Ph.D. and Master's in Business from Tulane University. He holds a Master's in Human Resources from Universidad La Salle. Graduate of the D-1 program at IPADE Business School.





ALEJANDRO VÁZQUEZ RÍOS

Página 24

Director y profesor del área de Dirección de Personal. Ph.D. en Business Administration por Crummer Graduate School of Business, Rollins College. MBA por IPADE Business School. Licenciado en Administración Hotelera por la Universidad Iberoamericana.

Human Resources Management Department Chair and Professor. Ph.D. in Business Administration from Crummer Graduate School of Business, Rollins College. MBA from IPADE Business School. Bachelor's in Hotel Management from Universidad Iberoamericana.

JOSÉ ANTONIO LOZANO DÍEZ

Página 24

Profesor del área de Factor Humano. Doctor en Derecho por la Universidad de Navarra y licenciado en Derecho por la Universidad Panamericana. Egresado del programa D-1 de IPADE Business School.

Organizational Behavior Department Professor. PhD in Law from Universidad de Navarra and Bachelor of Law from Universidad Panamericana. Graduate of the D-1 program at IPADE Business School.



MACIEJ BAZELA

Página 25

Profesor del área de Entorno Político y Social. Doctor y licenciado en Filosofía por la Universidad Pontificia Regina Apostolorum. Maestro en Bioética por la misma institución. Maestro en Relaciones Internacionales por The Fletcher School of Law & Diplomacy.

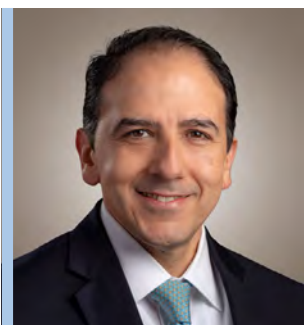
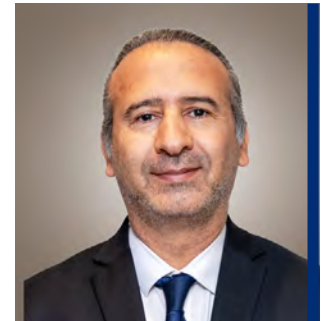
Social and Political Environment Department Professor. Doctor and Bachelor's in Philosophy from the Pontificia Regina Apostolorum University. Master's in Bioethics from the same institution. Master's in International Relations from The Fletcher School of Law & Diplomacy.

ASGHAR AFSHAR JAHANSHAH

Páginas 28 - 40

Investigador senior en Estrategia e Innovación en el Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE). Ph.D en Administración de Empresas por la Universidad de Pune y postdoctorado por Pontificia Universidad Católica de Chile. Máster en Administración Pública por la Universidad de Sistán y Baluchistán.

Senior Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative (CiiE). Ph.D. in Business Administration from the University of Pune and postdoctoral studies from Pontificia Universidad Católica de Chile. Master's in Public Administration from the University of Sistan and Baluchistan.



ARTURO OROZCO LEYVA

Página 30

Profesor del área de Dirección de Operaciones. Ph.D. en Investigación de Operaciones por la Universidad Politécnica de Cataluña. Maestro en Optimización de Sistemas Productivos por la Universidad Panamericana. Egresado del programa D-1 por IPADE Business School.

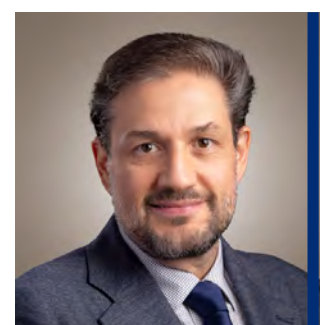
Operations Management Department Professor. Ph.D. in Operations Research from Universidad Politécnica de Cataluña. Master's in Production Systems Optimization from Universidad Panamericana. Graduate of the D-1 program at IPADE Business School.

LUIS ANTONIO PAREDES IZAGUIRRE

Página 30

Profesor del área de Política de Empresa y director del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE). Ph.D en Management por la University of East Anglia y máster en Dirección de Empresas por el Instituto de Empresa.

Strategy and General Management Professor and director of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative (CiiE). Ph.D. in Management from the University of East Anglia and Master's in Business Administration from Instituto de Empresa.

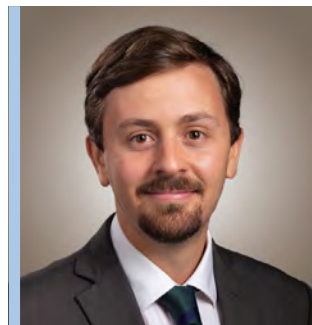


ANA CRISTINA DAHIK LOOR

Páginas 41, 42, 43

Profesora del área de Entorno Político y Social y directora del Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES). Candidata a doctora en Management por la Bayes Business School y máster en Administración Pública y Política Pública por el ITESM.

Political and Social Environment Department Professor and director of the Research Center on Social Responsibility (CIRES). Ph.D. candidate in Management from Bayes Business School and Master's in Public Administration and Public Policy from ITESM.



BERNARDO SAINZ MARTÍNEZ

Página 42

Profesor del área de Entorno Político y Social y director adjunto del Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES). Ph.D. en Estudios Políticos por Queen's University. Maestro en Gobierno y Políticas Públicas por la Universidad Panamericana.

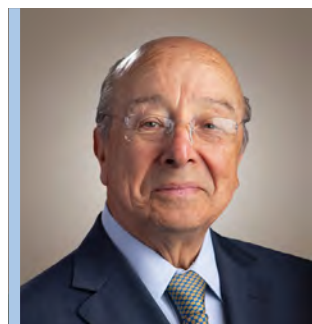
Social and Political Environment Department Professor and Associate Director of the Research Center on Social Responsibility (CIRES). Ph.D. in Political Studies from Queen's University. Master's in Government and Public Policy from Universidad Panamericana.

FERNANDA CANALE SEGOVIA

Página 44

Profesora del área de Factor Humano y directora adjunta del Centro de Investigación para Familias de Empresarios (CIFEM) | BBVA. Doctora en Administración por la University of Antwerp Amberes. Maestra en Gestión de la Innovación Empresarial en la Universitat de Barcelona.

Organizational Behavior Department Professor and Associate Director of the BBVA Research Center for Family Business. PhD in Administration from the University of Antwerp. Master's in Business Innovation Management from the Universitat de Barcelona.



ALFONSO BOLIO ARCINIEGA

Página 45

Profesor decano del área de Factor Humano. Maestro en Historia del Pensamiento por la Universidad Panamericana. Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Nacional Autónoma de México.

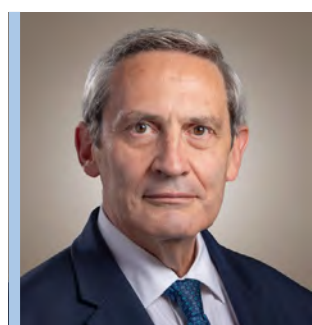
Organizational Behavior Department Retired Professor. Master's in History of Thought from Universidad Panamericana. Bachelor's in Business Administration from Universidad Nacional Autónoma de México.

RICARDO APARICIO CASTILLO

Página 45

Profesor del área de Factor Humano y director del Centro de Investigación para Familias de Empresarios (CIFEM | BBVA). Candidato a doctor en Historia del Pensamiento por la Universidad Panamericana. Máster en Gobierno y Cultura de las Organizaciones por la Universidad de Navarra.

Organizational Behavior Department Professor and director of the BBVA Research Center for Family Business. Ph.D. candidate in History of Thought from Universidad Panamericana. Master's in Government and Organizational Culture from the University of Navarra.



CAMILO POSSE VELÁSQUEZ

Página 43

Profesor del área de Dirección Financiera. MBA por INALDE Business School y médico veterinario zootecnista por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Financial Management Department Professor. MBA from INALDE Business School and Veterinarian and Animal Scientist from Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Silvia Cacho-Elizondo
Directora y profesora del
área de Comercialización
Marketing Management
Department Chair and
Professor

Coautores / Co-authors
Ulrich, Isabelle
Damay, Coraline
Loussaïef, Leïla

Título original / Original title
**A Practice Theory
Perspective on
Apparel-Sharing
Consumption
Models - Exploring
New Paths of
Consumption
in France and Mexico**

EXPLORANDO NUEVAS FORMAS DE CONSUMO EN FRANCIA Y MÉXICO

La economía compartida y, más específicamente, los modelos de consumo basados en el acceso están cuestionando la naturaleza misma y el propósito de poseer bienes de consumo en un mundo donde el consumo nos rodea por completo. Las investigaciones previas sobre este tema rara vez han comparado países desarrollados y en vías desarrollo, ni se ha explorado adecuadamente los modelos basados en el acceso en el mercado de la moda.

Basándonos en la teoría de la práctica, este estudio investiga la práctica de alquilar ropa en Francia y México. Nuestro enfoque cualitativo revela similitudes y diferencias entre ambos países. Solo en Francia se observa una práctica de alquiler diario de ropa, que está integrada en las tecnologías digitales y los algoritmos. En ambos países, la investigación revela una práctica de alquiler ocasional con significados similares, como el comportamiento inteligente, la variedad y prueba, o la preocupación por la sostenibilidad, así como acciones similares, como buscar en línea y probar en la tienda.

Las diferencias observadas se relacionan principalmente con culturas individualistas versus colectivistas. En Francia, el estatus social en un entorno profesional parece ser importante para algunos consumidores, mientras que en México, el alquiler como una nueva tendencia de moda y la influencia de tradiciones y celebraciones podrían explicar mejor esta práctica de consumo basada en el acceso.

EXPLORING NEW PATHS OF CONSUMPTION IN FRANCE AND MEXICO

The sharing economy and more specifically access-based consumption models are challenging the very nature and purpose of owning consumer goods in a world where consumption is all around us. Previous research on this topic has seldom compared developed and developing countries, nor has it adequately explored access-based models in the fashion market.

Building on practice theory, this study investigates the practice of renting clothes in France and Mexico. Our qualitative approach reveals similarities and differences between the two countries. In France alone, a practice of daily clothing rental is revealed, embedded in digital technologies and algorithms. In both countries, the research reveals a practice of occasional rental, with similar meanings - such as smart behavior, variety and testing, or sustainability concern - and similar doings - such as searching online and trying in store.

The observed differences mainly relate to individualistic versus collectivist cultures. In France, social status in a professional environment appears to be important to some consumers, while in Mexico, renting as a new fashion trend and the influence of traditions and celebrations may better account for this access-based consumption practice.

REFERENCIA | REFERENCE

Ulrich, I., Cacho-Elizondo, S., Damay, C., & Loussaïef, L. (2024). A Practice Theory Perspective on Apparel-Sharing Consumption Models - Exploring New Paths of Consumption in France and Mexico. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 77 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103626>

SHOULD COMPANIES INCLUDE EGG FREEZING IN EMPLOYEE BENEFITS?

In recent years, some companies have begun offering nonmedical egg freezing as part of their employee benefits packages, promoting it as a progressive policy that empowers women by expanding their reproductive autonomy and allowing them to prioritize their careers without worrying about their “biological clock.” However, this practice raises significant ethical and social dilemmas that demand careful scrutiny.

While egg freezing may seem like a solution to challenges such as the underrepresentation of women in leadership positions or the work/motherhood conflict, this article questions those justifications. We argue that, rather than addressing gender inequalities in the workplace, offering this benefit may perpetuate them by shifting the burden of adapting to rigid workplace structures onto women, forcing them to make choices fraught with significant physical, emotional, and financial risks.

Moreover, companies that include this benefit take on ethical responsibilities toward their employees, particularly regarding the medical, psychological, and social costs associated with this technology. In a context of limited regulation and the commercialization of assisted reproductive technologies, ensuring that these programs genuinely benefit employees poses a substantial ethical challenge.

Far from tackling structural inequalities, this practice risks reinforcing unjust workplace dynamics, raising critical questions about the role of companies in promoting gender equity and fostering genuine reproductive autonomy.

¿DEBERÍAN LAS EMPRESAS INCLUIR LA CONGELACIÓN DE ÓVULOS EN LOS BENEFICIOS PARA EMPLEADOS?

En los últimos años, algunas empresas han comenzado a ofrecer la congelación de óvulos no médica como parte de los beneficios para empleados, presentándola como una política progresista que supuestamente empodera a las mujeres al ampliar su autonomía reproductiva y permitirles priorizar sus carreras sin preocuparse por su “reloj biológico”. Sin embargo, esta práctica plantea importantes dilemas éticos y sociales que deben analizarse cuidadosamente.

Aunque la congelación de óvulos podría parecer una solución a problemas como la subrepresentación de mujeres en puestos de liderazgo o el conflicto entre trabajo y maternidad, este artículo cuestiona dichas justificaciones. Argumentamos que, lejos de resolver las desigualdades de género en el ámbito laboral, la oferta de este beneficio podría perpetuarlas al trasladar a las mujeres la responsabilidad de adaptarse a sistemas laborales inflexibles, obligándolas a tomar decisiones con riesgos físicos, emocionales y financieros significativos.

Además, las empresas que ofrecen este beneficio asumen responsabilidades éticas hacia sus empleados, incluyendo los costos médicos, psicológicos y sociales asociados con esta tecnología. En un contexto de regulación limitada y alta comercialización de las tecnologías de reproducción asistida, garantizar que estos programas beneficien realmente a los empleados representa un desafío ético considerable.

Lejos de abordar las desigualdades estructurales, esta práctica podría reforzar dinámicas laborales injustas, generando preguntas clave sobre el papel de las empresas en la promoción de la equidad de género y la verdadera autonomía reproductiva.

Alejandro Espinosa Herrera

Profesor del área de Entorno Político y Social
Social and Political Environment Professor

Coautores / Co-authors
Pietrini Sánchez,
María José

Título original / Original title
Are companies ethically justified in offering nonmedical egg freezing as an employee benefit?

REFERENCIA | REFERENCE

Espinosa-Herrera, J. A., & Pietrini-Sanchez, M. J. (2025). Are companies ethically justified in offering nonmedical egg freezing as an employee benefit? *Bioethics*, 39, pp. 117–126. <https://doi.org/10.1111/bioe.13347>

**Benjamín
Aleman-Castilla**
Profesor del área de Entorno
Económico
Economic Environment
Department Professor

LAS TARIFAS FERROVIARIAS EN MÉXICO: ¿CONTRIBUYEN A LA INFLACIÓN?

Este artículo examina el papel del transporte ferroviario de carga en la inflación en México, en el contexto económico posterior a la pandemia de COVID-19. Utilizando datos de la Matriz de Insumo-Producto (MIP) y análisis econométricos, el estudio demuestra que el transporte ferroviario representa solo el 5% de la demanda intermedia total de transporte, siendo menos relevante que el transporte por carretera o aéreo.

Las tarifas ferroviarias tienen una relación a largo plazo más sólida con los precios al productor que con los precios al consumidor, lo que indica que responden a aumentos en los costos de producción, más que a generar presiones inflacionarias. A pesar de que las tarifas ferroviarias promedio en México suelen ser más altas que las de otros ferrocarriles de América del Norte, este trabajo revela que, al ajustarlas por composición de carga y características específicas del país, estas se alinean con los promedios industriales. El estudio también subraya la importancia de implementar políticas públicas que promuevan la transparencia en las tarifas, recomendando la creación de una base de datos pública y anonimizada de cartas porte. Este enfoque contribuiría a mejorar la supervisión regulatoria, permitir decisiones basadas en evidencia y abordar los desafíos estructurales del sector ferroviario mexicano.

RAIL FREIGHT RATES IN MEXICO: DO THEY FUEL INFLATION?

This article examines the role of rail freight transportation in inflation in Mexico within the post-COVID-19 economic context. Using data from the Input-Output Matrix (IOM) and econometric analyses, the study demonstrates that rail freight accounts for only 5% of the total intermediate demand for transportation, making it less significant than road or air freight.

Rail freight rates have a stronger long-term relationship with producer prices than with consumer prices, indicating that they respond to increases in production costs rather than generating inflationary pressures. Although average rail freight rates in Mexico are typically higher than those of other railroads in North America, this study reveals that, when adjusted for freight composition and country-specific characteristics, they align with industry averages. The study also emphasizes the importance of implementing public policies that promote tariff transparency, recommending the creation of a public and anonymized waybill database. This approach would enhance regulatory oversight, enable evidence-based decision-making, and address structural challenges within Mexico's rail sector.

Título original / Original title
**Freight rail
transportation
and inflation:
Analysis of the 2022
Mexican Economic
Regulatory
Directives**

REFERENCIA | REFERENCE

Aleman-Castilla, B. (2024). Freight rail transportation and inflation: Analysis of the 2022 Mexican Economic Regulatory Directives. *Case Studies on Transport Policy*. 19 (2025). <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2024.101339>

REMOTE WORK IMPLICATIONS POST-PANDEMIC: GENDER RISK PROFILES IN COLOMBIA

Remote work has been intensifying in organizations, and the recent pandemic forced an immediate increase in remote work. The aim of the study was to analyze the work-life balance of Colombian workers during confinement and its effects in the post-pandemic era.

A quantitative correlational study was conducted, with a non-probabilistic sample of 1069 participants: 349(32.64%) men and 720(67.35%) women. 44.8% of the participants stated that their work interfered with their personal life; 61.6% stated that their work exceeded their usual time; 72.2% were comfortable with remote work; and women perceived more affectation, as did participants with children. Studies on work-life balance with Latin American samples are scarce.

This research contributes to the literature on satisfaction with the remote work modality and work-life balance during the COVID-19 confinement, with a look at gender differences, from the evaluation of the conditions of Colombian workers, contributing to the regional perspective. There is satisfaction with remote work, however, there are difficulties in work-life balance that need to be addressed to improve quality of life, with emphasis on women and workers with small children. In addition, this study provides empirical evidence for the substantiation of policies to improve the quality of life.

IMPLICACIONES DEL TRABAJO REMOTO POST-PANDEMIA: PERFIL DE RIESGO DE GÉNERO EN COLOMBIA

El trabajo remoto se ha ido intensificando en las organizaciones, y la reciente pandemia obligó a un aumento inmediato del mismo. El objetivo del estudio fue analizar la conciliación de la vida laboral y personal de los trabajadores colombianos durante el confinamiento y sus efectos en la época post-pandémica.

Se realizó un estudio cuantitativo correlacional, con una muestra no probabilística de 1069 participantes: 349 (32,64%) hombres y 720 (67,35%) mujeres. El 44,8% de los participantes declaró que su trabajo interfería en su vida personal; el 61,6% señaló que su trabajo excedía su tiempo habitual; el 72,2% se sentía cómodo con el trabajo remoto; y las mujeres percibieron más afectación, al igual que los participantes con hijos. Los estudios sobre el equilibrio trabajo-vida personal con muestras latinoamericanas, son escasos.

Esta investigación contribuye a la literatura sobre la satisfacción con la modalidad de trabajo remoto y el balance vida laboral-personal, durante el confinamiento COVID-19, con una mirada a las diferencias por género, desde la evaluación de las condiciones de los trabajadores colombianos, contribuyendo a la perspectiva regional. Existe satisfacción con el trabajo remoto, sin embargo, existen dificultades en la conciliación de la vida laboral y personal que deben ser abordadas para mejorar la calidad de vida, con énfasis en las mujeres y los trabajadores con hijos pequeños. Adicional, este estudio aporta pruebas empíricas para la fundamentación de políticas públicas y organizativas, dirigidas a gestionar el trabajo remoto y el equilibrio entre la vida laboral y personal, para reducir el riesgo de pérdida de empleo femenino y los efectos sobre la calidad de vida de los trabajadores.

Ximena Campos García
Profesora del área de Dirección de Operaciones
Operations Management
Department Professor

Coautores / Co-authors
Cabrera-García, Victoria Eugenia
Docal-Millán, María del Carmen
Acuña Arango, Lina María Riveros
Munevar, Fernando

Título original / Original title
Implications of remote work in post-pandemic times: a gender risk profile in Colombian workers

REFERENCIA | REFERENCE

Campos García, Á.X., Cabrera-García, V.E., Docal-Millán, M.d.C., Acuña Arango, L.M. & Riveros Munevar, F. (2024). Implications of remote work in post-pandemic times: a gender risk profile in Colombian workers, *Gender in Management*, 39 (6), pp. 729-744. <https://doi.org/10.1108/GM-11-2022-0361>

Mario Paredes Escobar
 Profesor del área de Comercialización
 Marketing Management Department Professor

Coautores / Co-authors
Apaolaza, Vanessa
Hartmann, Patrick

Título original / Original title
Meat alternative adoption: How climate change concern drives perceived sustainability, naturalness, and taste.

PREOCUPACIÓN CLIMÁTICA MEJORA PERCEPCIÓN Y ACEPTACIÓN DE ALIMENTOS SOSTENIBLES

El estudio realizado a 800 consumidores, demostró que aquellos que consideran importante tomar acción contra el cambio climático en su vida diaria no solo están más dispuestos a probar estos productos, sino que los perciben de manera más favorable.

La investigación demuestra que la preocupación por el cambio climático activa un efecto positivo en la percepción de los productos: los consumidores que consideran importante actuar contra el cambio climático tienden a percibir los alimentos sostenibles como más naturales y de mejor sabor, incluso antes de probarlos. Este efecto se produce porque las personas alinean sus percepciones con sus objetivos ambientales. Esto ocurre de manera natural, sin requerir cambios en el producto.

A continuación, los principales hallazgos:

1. Los consumidores que consideran importante actuar contra el cambio climático son más receptivos a adoptar productos sostenibles.
2. Esta preocupación mejora la percepción de todos los atributos del producto, como su sabor, naturalidad e impacto ambiental.
3. Las mujeres y los consumidores más jóvenes muestran mayor receptividad a este tipo de productos.

Para la industria, estos resultados sugieren una nueva estrategia: antes de enfocarse en comunicar los atributos del producto, las campañas deberían activar la preocupación del consumidor por el cambio climático y su capacidad de impacto personal. Este enfoque genera automáticamente una percepción más favorable del producto, incluso en aspectos como el sabor y la naturalidad, superando las barreras de adopción.

CLIMATE CONCERN ENHANCES PERCEPTION OF SUSTAINABLE FOOD PRODUCTS

A study conducted with 800 consumers shows that those who consider taking action against climate change important in their daily lives are not only more willing to try these products but also perceive them more favorably.

The research demonstrates that climate change concern triggers a positive effect on product perception: consumers who consider climate action important tend to perceive sustainable foods as more natural and better-tasting, even before trying them. This effect occurs because people automatically align their perceptions with their environmental goals. The study reveals that this alignment happens naturally, without requiring changes to the product itself.

Key findings include:

1. Consumers who consider climate action important are more receptive to sustainable products.
2. This concern enhances the perception of all product attributes, such as taste, naturalness, and environmental impact.
3. Women and younger consumers show greater receptivity to these types of products.

For the industry, these results suggest a new strategy: before focusing on communicating product attributes, campaigns should activate consumer concern about climate change and their capacity for personal impact. This approach automatically generates a more favorable product perception across all dimensions, overcoming traditional adoption barriers and enabling successful product introduction in the sustainable food category.

REFERENCIA | REFERENCE

Apaolaza, V., Hartmann, P., & Paredes Escobar, M. R. (2024). Meat alternative adoption: How climate change concern drives perceived sustainability, naturalness, and taste. *Food Quality and Preference*. 123 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105315>

BENEFICIOS ECONÓMICOS DE HÁBITOS ALIMENTICIOS MÁS SALUDABLES EN MÉXICO

Alejandro Espinosa Herrera
Profesor del área de Entorno Político y Social

Social and Political Environment Professor

Los hábitos alimenticios poco saludables y el tabaquismo son grandes contribuyentes a enfermedades crónicas y al aumento de los costos de salud en México. Este estudio destaca los importantes beneficios económicos y de salud de adoptar patrones dietéticos más saludables y reducir las tasas de tabaquismo. Al aumentar el consumo de frutas, verduras, fibra y reducir la ingesta de sal y grasas, se podrían evitar anualmente más de 600,000 casos prevenibles de enfermedades crónicas. Además, promover que el 50% de los fumadores cambien a productos de menor riesgo, como los cigarrillos electrónicos, podría reducir aún más la carga sanitaria.

Los resultados revelan un ahorro potencial anual de \$3,400 millones de dólares en costos de salud, equivalente al 8.4% del gasto total en salud de México. Las mejoras en la dieta representan la mayor parte de estos ahorros, donde el consumo de frutas y verduras aporta más de \$1,000 millones, seguido por la reducción de grasas con \$1,000 millones adicionales. La reducción de sal y fibra también genera beneficios económicos significativos. Solo la sustitución del tabaco podría ahorrar \$342 millones adicionales.

Estos hallazgos subrayan las ventajas económicas y sociales de promover elecciones de estilo de vida más saludables. Las campañas y políticas de salud pública que apoyen una mejor nutrición y alternativas al tabaquismo no solo mejorarían el bienestar de millones, sino que también aliviarían la carga financiera del sistema de salud mexicano. Al invertir en medidas preventivas, México tiene la oportunidad de mejorar la salud pública y lograr importantes beneficios económicos.

ECONOMIC BENEFITS OF HEALTHIER EATING HABITS IN MEXICO

Unhealthy eating habits and smoking are major contributors to chronic diseases and rising healthcare costs in Mexico. This study highlights the significant economic and health benefits of adopting healthier dietary patterns and reducing smoking rates. By increasing the consumption of fruits, vegetables, fiber, and reducing salt and fat intake, over 600,000 preventable cases of chronic diseases could be avoided annually. Additionally, encouraging 50% of smokers to switch to reduced-risk products like e-cigarettes could further reduce healthcare burdens.

The results reveal a potential annual saving of \$3.4 billion USD in healthcare costs, equivalent to 8.4% of Mexico's total healthcare expenditure. Improvements in diet account for the majority of these savings, with fruit and vegetable consumption contributing over \$1 billion, followed by reduced fat intake with \$1 billion more. Salt and fiber reductions also generate substantial cost benefits. Smoking substitution alone could save an additional \$342 million.

These findings emphasize the economic and social advantages of promoting healthier lifestyle choices. Public health campaigns and policies that support better nutrition and smoking alternatives could not only improve the well-being of millions but also alleviate the financial strain on Mexico's healthcare system. By investing in preventive measures, Mexico has the opportunity to enhance public health and achieve significant economic gains.

Título original / Original title
Economic gains of transitioning towards reduced-risk products: evidence from Mexico

REFERENCIA | REFERENCE

Espinosa Herrera, J. A. (2024). Economic gains of transitioning towards reduced-risk products: evidence from Mexico. *Discov Soc Sci Health*, 4 (23). <https://doi.org/10.1007/s44155-024-00079-z>

**Alejandro
Espinosa Herrera**
Profesor del área de Entorno
Político y Social
Social and Political
Environment Professor

¿HA COLAPSADO LA DEMOCRACIA MEXICANA? LO QUE LOS LÍDERES DEBEN DE SABER

El panorama político de México está experimentando un cambio dramático que ha generado preocupación sobre el estado de su democracia. Los recientes resultados electorales han otorgado victorias aplastantes al partido gobernante Morena, consolidando su dominio a nivel federal y estatal. Este cambio sísmico ha dejado a los partidos tradicionales, como el PRI y el PAN, luchando por mantener relevancia, con algunos enfrentando una casi extinción. El colapso de estos partidos establecidos apunta a una transformación fundamental en el sistema político de México, que ha sido un pilar de su marco democrático desde finales del siglo XX.

Para los líderes, estos desarrollos traen tanto desafíos como oportunidades. La concentración del poder político bajo Morena genera interrogantes sobre los contrapesos, la independencia institucional y el futuro del pluralismo político. Al mismo tiempo, estos cambios reflejan un creciente descontento público con administraciones pasadas y una demanda por un cambio significativo.

Este artículo examina los factores que han contribuido a esta erosión democrática, incluyendo el estancamiento económico, las desigualdades regionales y el auge de la retórica populista. También destaca el papel del clientelismo y el debilitamiento de las instituciones políticas en esta transformación. Para líderes empresariales, tomadores de decisiones y la sociedad civil, comprender estas tendencias es clave para navegar en el cambiante entorno político y económico de México. Aunque los riesgos para la democracia son evidentes, este periodo de transición también ofrece una oportunidad única para promover reformas que fortalezcan las instituciones y fomenten una gobernanza inclusiva.

HAS MEXICAN DEMOCRACY COLLAPSED? WHAT LEADERS NEED TO KNOW

Mexico's political landscape is undergoing a dramatic shift, raising concerns about the state of its democracy. Recent electoral results have delivered overwhelming victories for the ruling Morena party, solidifying its dominance across the federal and state levels. This seismic change has left traditional political parties, such as the PRI and PAN, struggling to maintain relevance, with some facing near extinction. The collapse of these established parties points to a fundamental transformation in Mexico's party system, which has been a cornerstone of its democratic framework since the late 20th century.

For leaders, these developments bring both challenges and opportunities. The concentration of political power under Morena raises questions about checks and balances, institutional independence, and the future of political pluralism. At the same time, these shifts reflect growing public discontent with past administrations and demand for meaningful change.

This article examines the factors contributing to this democratic erosion, including economic stagnation, regional inequalities, and the rise of populist rhetoric. It also highlights the role of clientelism and weakened political institutions in shaping this transformation. For business leaders, policymakers, and civil society, understanding these trends is critical to navigating Mexico's evolving political and economic environment. While risks to democracy are evident, this period of transition also presents a unique opportunity to advocate for reforms that strengthen institutions and promote inclusive governance.

Título original / Original title

**Has mexican
democracy
collapsed? Current
explanations and
future avenues
for research**

REFERENCIA | REFERENCE

Espinosa Herrera, J. A. (2024). Has Mexican democracy collapsed? Current explanations and future avenues for research. *Latin American Policy*, 15, pp. 522-534. <https://doi.org/0.1111/lamp.12360>

¿CÓMO ENTENDER LO QUE REALMENTE VALORAN TUS CLIENTES?

Mario Paredes Escobar

Profesor del área de Comercialización

Marketing Management Department Professor

¿Alguna vez te has preguntado por qué ciertos productos o servicios generan mayor satisfacción que otros en los clientes? Cada oferta comercial tiene una combinación única de atributos que crean valor para sus consumidores, pero no todos impactan de la misma manera.

Este estudio revela hallazgos prácticos sobre las preferencias de los clientes en tres sectores diferentes: un salón de belleza o spa de uñas, una universidad y una librería. Los resultados proporcionan una guía sobre qué atributos potenciar en cada negocio. En el spa de uñas, mientras la limpieza se considera un requisito básico, los servicios a domicilio y las promociones especiales generan entusiasmo. Este estudio ofrece una guía práctica para empresarios y gerentes que buscan destacar en sus mercados, ayudándoles a identificar qué características son verdaderamente importantes para sus clientes y permitiendo una inversión más eficiente de recursos.

UNDERSTANDING WHAT YOUR CUSTOMERS TRULY VALUE

Have you ever wondered why certain products or services generate more customer satisfaction than others? Each business offering has a unique combination of attributes that create value for consumers, but not all impact satisfaction equally.

This study reveals practical findings about customer preferences across three different sectors: a nail spa, a university, and a bookstore. The results provide guidance on which attributes to enhance in each business. In nail spas, while cleanliness is considered a basic requirement, home services and special promotions generate enthusiasm. This study offers practical guidance for entrepreneurs and managers seeking to stand out in their markets, helping them identify which features are truly important to their customers and enabling more efficient resource investment.

Título original / Original title

El modelo Kano como herramienta para la evaluación de la satisfacción del cliente: un análisis de tres estudios empíricos

REFERENCIA | REFERENCE

Paredes Escobar, M. R. (2024). El modelo Kano como herramienta para la evaluación de la satisfacción del cliente: un análisis de tres estudios empíricos. *Revista Académica ECO*, 30 (2024), pp. 1-15. <https://doi.org/10.36631/ECO.2024.30.01>

EXPLORANDO LA COLABORACIÓN EN EQUIPO EN EL NUEVO METAVERSO

Javier González Núñez

Profesor del área de Política de Empresa

Strategy and General Management Department Professor

Este estudio explora los cambios previstos en la colaboración en equipo impulsados por el auge de las empresas dependientes de la IA en el metaverso. La investigación está motivada por los rápidos avances tecnológicos y el creciente interés de las grandes empresas tecnológicas por crear entornos virtuales compartidos para equipos distribuidos. El objetivo principal es investigar cómo evolucionará la colaboración en equipo en este nuevo contexto, proporcionando ideas para los futuros miembros y líderes de equipos metaversos. El estudio cualitativo emplea entrevistas en profundidad semiestructuradas con miembros de equipos del mundo virtual de Second Life, centradas en la satisfacción de pago, la cultura de equipo globalizada, la formación y el aprendizaje, y las identidades ficticias. Se trata de una investigación contemporánea, que refleja las tendencias y capacidades actuales. Los métodos principales incluyen el análisis temático de los datos de las entrevistas para identificar patrones emergentes.

EXPLORING TEAM COLLABORATION IN THE NEW METAVERSE

This study explores the anticipated changes in team collaboration driven by the rise of AI-reliant businesses in the metaverse. The research is motivated by the rapid technological advancements and increasing interest from major tech companies in creating shared virtual environments for distributed teams. The main objective is to investigate how team collaboration will evolve in this new context, providing insights for future metaverse team members and leaders. The qualitative study employs semi-structured, in-depth interviews with team members from the virtual world of Second Life, focusing on payment satisfaction, globalized team culture, training and learning, and fictional identities. This research period is contemporary, reflecting current trends and capabilities.

Título original / Original title

Exploring Team Collaboration in the New Metaverse (The 3D-AI Internet)

Coautores / Co-authors
Bognesi, Manuel

REFERENCIA | REFERENCE

González Núñez, J., & Bognesi, M. (2024). Exploring Team Collaboration in the New Metaverse (The 3D-AI Internet). *SocioEconomic Challenges*, 8(2), pp. 314-341. [https://doi.org/10.61093/sec.8\(2\).314-341.2024](https://doi.org/10.61093/sec.8(2).314-341.2024)

Gabriela Alvarado Cabrera

Profesora del área de Comercialización

Professor of the Marketing Management Department

EQUIDAD DE GÉNERO EN ESCUELAS DE NEGOCIOS Y LIDERAZGO CORPORATIVO

Este artículo presenta un análisis sobre las desigualdades de género en la educación empresarial y el liderazgo corporativo, enfocándose en América Latina, particularmente en México. A pesar de avances en la representación femenina, como el aumento al 30% de decanas globalmente, persisten disparidades en la participación de mujeres en programas de posgrado y roles de liderazgo.

En América Latina, la brecha es más pronunciada: las mujeres tienen menor presencia en programas como el MBA y el EMBA, lo que repercute en su representación en juntas directivas, donde solo el 10% de los miembros son mujeres en México. El estudio destaca iniciativas pioneras de IPADE Business School, como el Centro de Investigación de la Mujer en Alta Dirección (CIMAD) y la Red Mexicana de Mujeres Expertas y Consejeras. Estas plataformas promueven el desarrollo de talento femenino, abordando barreras culturales y organizacionales.

Título original / Original title

Promoting Gender Equity in Business Schools and Corporate Leadership: A Latin American Perspective**Antonio Casanueva Fernández**

Profesor de las áreas de Comercialización y Control e Información Directiva

Marketing Management Department and Managerial Information and Control Department Professor

Alberto Ibarra Garza

Profesor del área de Análisis de Decisiones

Decision Analysis Department Chair and Professor

José Carlos Rodríguez Pueblita

Profesor del área de Entorno Económico

Economic Environment Department Professor

ENCUESTA DE EXPECTATIVAS EMPRESARIALES 2024 -SEGUNDO SEMESTRE

IPADE Business School presentó su Encuesta de Expectativas Empresariales 2024, que refleja un deterioro significativo en la confianza de los empresarios mexicanos. Solo 36.8% considera que es buen momento para invertir, frente al 55.4% registrado hace seis meses, un descenso de 17.6 puntos. Las regiones más optimistas para invertir son el Suroeste (49.1%) y Oriente (46.6%), mientras que Occidente (35.5%) y Centro-Sur (36.5%) muestran menor confianza. El *nearshoring* lidera las oportunidades estratégicas (48.3%), seguido por la digitalización (26.4%) y acuerdos comerciales (14.3%). Sin embargo, la incertidumbre política (37.4%), la seguridad (32.6%) y la incertidumbre económica (25.5%) destacan como principales desafíos.

Título original / Original title

Encuesta de expectativas empresariales 2024**GENDER EQUITY IN BUSINESS SCHOOLS AND CORPORATE LEADERSHIP**

This article provides an analysis of gender inequalities in business education and corporate leadership, with a focus on Latin America, particularly Mexico. Despite progress in female representation, such as the increase to 30% of women deans globally, significant disparities remain in women's participation in postgraduate programs and leadership roles.

In Latin America, the gap is more pronounced: women have lower representation in programs like the MBA and EMBA, which impacts their presence on corporate boards, where only 10% of members in Mexico are women. The study highlights pioneering initiatives by IPADE Business School, such as the Research Centre on Women in Senior Management (CIMAD) and the Mexican Network of Women Experts and Board Directors. These platforms foster the development of female talent by addressing cultural and organizational barriers.

REFERENCIA | REFERENCE

Alvarado Cabrera, M. G. (2024). Promoting Gender Equity in Business Schools and Corporate Leadership: A Latin American Perspective. *Women In, and Beyond, Business Schools. The EFMD Business Magazine*. Annual Research Volume.

BUSINESS EXPECTATIONS SURVEY 2024-SECOND SEMESTER

IPADE Business School presented its 2024 Business Expectations Survey for Mexico, which reflects a significant deterioration in the confidence of the business environment. Only 36.8% consider that it is a good time to invest, compared to the 55.4% registered six months ago, a decrease of 17.6 percentage points. The most optimistic regions for investing are the Southwest (49.1%) and the East (46.6%), while the West (35.5%) and Central-South (36.5%) show less confidence. Nearshoring leads strategic opportunities (48.3%), followed by digitalization (26.4%) and commercial agreements (14.3%). However, political uncertainty (37.4%), security (32.6%) and economic uncertainty (25.5%) stand out as the main challenges.

REFERENCIA | REFERENCE

Rodríguez Pueblita, J. C., Ibarra Garza, A., & Casanueva Fernández, A. (2024). Encuesta de expectativas empresariales 2024. IPADE Business School.

Rafael Ramírez de Alba

Director y profesor del área de Entorno Económico
Economic Environment Department Chair and
Professor

ENCUENTROS IA: MÉXICO TRAZA SU HOJA DE RUTA EN INFRAESTRUCTURA Y ECONOMÍA DIGITAL

Este informe liderado por Eon Institute, PIT Policy Lab, con el apoyo de C Minds y financiado por la Embajada Británica proporciona recomendaciones producto de encuentros con más de 50 personas expertas en IA, abarcando áreas clave como ética, gobernanza, seguridad, infraestructura, investigación y habilidades. El documento busca guiar a la nueva administración de México en el aprovechamiento máximo del potencial de la IA. En el capítulo 3 se presentan las recomendaciones relacionadas con la consolidación de una infraestructura digital robusta y la promoción de una economía orientada por datos, pilares fundamentales para catalizar el desarrollo y la implementación efectiva de sistemas de IA en México. La infraestructura digital, que abarca desde la implementación de soluciones en la nube hasta el acceso a plataformas y software especializado, proporciona el sustrato esencial para el despliegue eficaz de soluciones de IA en todos los sectores.

REFERENCIA | REFERENCE

Ramírez de Alba López, R. (2024). Encuentros IA, Hoja de Ruta para México. Cap. 3: Infraestructura y Economía Basada en Datos. EON Institute.

José Carlos Rodríguez Pueblita

Profesor del área de Entorno Económico
Economic Environment Department Professor

EXPLORANDO LOS ÍNDICES DE DIFERENCIALES CREDITICIOS E INTERMEDIACIÓN FINANCIERA PARA MÉXICO

Este artículo presenta los índices de diferencial de crédito a lo largo de la curva (MXAXI) y el índice de diferencial de crédito de condición financiera (MXFXI), diseñados para el mercado mexicano. Estos índices reflejan los costos de financiamiento promedio de los principales bancos y corporaciones mexicanas y sirven como puntos de referencia para la fijación de precios crediticios, la gestión de riesgos y la evaluación de la salud financiera. Utilizando el marco de Berndt, Duffie y Zhu (2023), construimos índices de diferenciales de crédito de largo plazo combinando diferenciales de bonos con diferentes vencimientos emitidos por bancos mexicanos. Dadas las limitaciones de los datos, se aplicaron enfoques sintéticos para estimar los índices y evaluar su desempeño. Finalmente, evaluamos la aplicabilidad de la metodología a otros mercados emergentes y proponemos soluciones potenciales utilizando enfoques sintéticos.

REFERENCIA | REFERENCE

Cacho-Díaz, J. A., & Rodríguez Pueblita, J. C. (2024). Exploring Across-the-Curve Credit Spread Indices (MXAXI) and Financial Intermediation (MXFXI) for Mexico. *SOFRA Academy*.

AI MEETINGS: MEXICO MAPS ITS ROADMAP FOR INFRASTRUCTURE AND THE DATA-DRIVEN ECONOMY

This report, led by Eon Institute, PIT Policy Lab, with the support of C Minds and funded by the British Embassy provides recommendations resulting from meetings with more than 50 AI experts, covering key areas such as ethics, governance, security, infrastructure, research and skills. The document seeks to guide the new Mexican administration in making the most of the potential of AI. Chapter 3 presents recommendations related to the consolidation of a robust digital infrastructure and the promotion of a data-driven economy, fundamental pillars to catalyze the development and effective implementation of AI systems in Mexico. The digital infrastructure, which ranges from the implementation of cloud solutions to access to specialized platforms and software, provides the essential substrate for the effective deployment of AI solutions in all sectors.

Título original / Original title

Encuentros IA, Hoja de Ruta para México. Cap. 3: Infraestructura y Economía Basada en Datos

EXPLORING ACROSS-THE-CURVE CREDIT SPREAD INDICES AND FINANCIAL INTERMEDIATION FOR MEXICO

This paper introduces the across-the-curve credit spread indices (MXAXI) and the Financial Condition Credit Spread Index (MXFXI), designed for the Mexican market. These indices reflect the average funding costs of major Mexican banks and corporations and serve as benchmarks for credit pricing, risk management, and financial health assessment. Using Berndt, Duffie, and Zhu's (2023) framework, we construct long-term credit spread indices by combining spreads from bonds with varying maturities issued by Mexican banks. Given data limitations, synthetic approaches were applied to estimate the indices and evaluate their performance. Finally, we assess the methodology's applicability to other emerging markets and propose potential solutions using synthetic approaches.

Título original / Original title

Exploring Across-the-Curve Credit Spread Indices (MXAXI) and Financial Intermediation (MXFXI) for Mexico

Coautores / Co-authors
Cacho-Díaz, Julio



Rodrigo Garza Burgos
 Director y profesor del área
 de Dirección de Operaciones
 Operations Management Department
 Chair and Professor

Coautores / Co-authors
Luiz Correa,
Henrique Nogueira Giansesi,
Irineu Gustavo



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE SERVICIOS

Los servicios son hoy, en los países desarrollados, el principal generador de sus economías. También, el servicio como parte de una oferta de valor de una empresa a sus posibles clientes y se utiliza como un diferenciador que permite dar una ventaja competitiva a todo tipo de empresas, aun aquellas de corte industrial. Sin embargo, diferenciar por servicio o dirigir una empresa de servicio, ya sea en el mundo digital o en el mundo físico, presenta dificultades que no son menores. El solo hecho de agregar atributos del servicio prestado o acomodar el servicio a las heterogéneas expectativas de los clientes, va emparejado con un costo incremental. Con la complejidad adicional que estos esfuerzos adicionales corren el riesgo, de no ser valorados por el mercado.

El libro de *Dirección estratégica de servicios* hace un recorrido de las dificultades intrínsecas que operar servicios conlleva.

STRATEGIC SERVICES MANAGEMENT

In developed countries, services are the main generator of their economies. Also, service is a valuable component of a company's value offer to its potential clients and is used as a differentiator that provides a competitive advantage to all types of companies, even those with an industrial footprint. However, differentiating by service or to successfully run a service company, whether in the digital or physical world, presents difficulties that must be considered. The mere fact of adding attributes to the service provided or accommodating the service to the heterogeneous expectations of customers is often accompanied by an incremental cost. With the added complexity that these additional efforts carry the risk of not being valued by the market.

The *Strategic Service Management* book looks at the intrinsic difficulties that operating services entails. Services, by their nature, require a different operation.

REFERENCIA | REFERENCE

Garza Burgos, R., Luiz Correa, H., & Nogueira Giansesi, I. G. (2024). *Dirección Estratégica de Servicios*. España: EUNSA.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE SERVICIOS. GUÍA DE APOYO DOCENTE

La dirección estratégica de servicios puede resultar compleja. Con el objetivo de lograr reflexión y aprendizaje sobre los servicios, los autores plasmamos en el libro *Dirección Estratégica de Servicios* una serie de momentos para reflexionar y plantea algunos ejercicios que permiten al lector poner en práctica las enseñanzas del libro, o en algunos casos, tomar un ejemplo de la vida real y de las empresas latinoamericanas de servicios que permitan comprender cómo es que los conceptos del libro se ponen en práctica. Este complemento docente da respuesta a dichos planteamientos y puede ser utilizado en un salón de clase, guiando un momento de discusión con los alumnos; aunque también puede ser utilizado por el mismo lector individual de *Dirección Estratégica de Servicios* que busca contrastar sus propias respuestas con las respuestas que aquí vertimos los autores.

STRATEGIC SERVICES MANAGEMENT. A PRACTICAL GUIDE FOR TEACHING

Strategic service management can be complex. Aiming to achieve reflection and service-management learning, the authors capture in *Strategic Service Management* book, a series of moments to reflect. They also propose exercises that allow the reader to put into practice the book's teachings, or in some cases, take an example from real life and from Latin American service companies that allow us to understand how the concepts in the book may be used in practice. This teaching complement responds to these approaches and can be used in a classroom, guiding a moment of discussion with students; although it can also be used by the same individual reader of *Strategic Service Management* who seeks to contrast their own answers with the answers that the authors provide here.

REFERENCIA | REFERENCE

Garza Burgos, R., Luiz Correa, H., & Nogueira Giansesi, I. G. (2024). *Dirección Estratégica de Servicios. Guía de apoyo docente*. España: EUNSA.



Javier González Núñez

Profesor del área de Política de Empresa

Strategy and General Management
Department Professor

Coautores / Co-authors

Shamieh, Sally

Hilal, Rima



INNOVACIÓN DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO

En la era digital, el espíritu empresarial es más importante que nunca. Las tecnologías digitales están transformando la forma de crear, gestionar y ampliar las empresas. Este libro de texto es una guía completa para comprender el panorama dinámico de la iniciativa empresarial digital y su papel en el impulso del crecimiento económico, la innovación y la transformación de la sociedad. El contenido está adaptado para reflejar el contexto específico saudí, teniendo en cuenta la dinámica cultural, social y económica que influye en los esfuerzos empresariales dentro del Reino. El contenido se ha elaborado meticulosamente para reflejar la naturaleza polifacética del emprendimiento digital, explorando el potencial transformador de las tecnologías digitales, desde el comercio electrónico y las aplicaciones móviles hasta la inteligencia artificial, el blockchain y otras.

DIGITAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP

In the digital age, entrepreneurship is more important than ever before. Digital technologies are transforming the way businesses are created, operated, and scaled. This textbook serves as a comprehensive guide to understanding the dynamic landscape of digital entrepreneurship and its role in driving economic growth, innovation, and societal transformation. The content is tailored to reflect the specific Saudi context, taking into account the cultural, social, and economic dynamics that influence entrepreneurial endeavors within the Kingdom. The content is meticulously curated to reflect the multifaceted nature of digital entrepreneurship, exploring the transformative potential of digital technologies, from e-commerce and mobile applications to artificial intelligence, blockchain, and beyond. Throughout the chapters, readers will delve into diverse topics, including the role of technology and innovation.

REFERENCIA | REFERENCE

Shamieh, S., Hilal, R., & Gonzalez Núñez, J. (2024). *Digital Innovation and Entrepreneurship*, Maidenhead, UK: McGraw-Hill Education.

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

El desarrollo comunitario y el emprendimiento social están estrechamente interrelacionados y comparten el objetivo de capacitar a las personas, movilizar recursos e impulsar cambios positivos a escala local. El emprendimiento social está impulsado por la pasión por la igualdad, la justicia social, la inclusión y el desarrollo sostenible. Puede ser una poderosa herramienta para abordar algunos de los retos sociales, medioambientales, culturales y económicos más acuciantes de la sociedad, aportando soluciones innovadoras que pueden ampliarse y mantenerse a lo largo del tiempo. Este libro de texto pretende proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda del emprendimiento social, su naturaleza, objetivos y conceptos subyacentes, con especial atención al contexto de Arabia Saudí. Los lectores adquirirán una profunda conciencia de los problemas a los que se enfrenta la humanidad hoy en día.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Community development and social entrepreneurship are closely intertwined, with a shared focus on empowering individuals, mobilizing resources, and driving positive change at the local level. Social entrepreneurship is driven by a passion for equality, social justice, inclusivity, and sustainable development. It can be a powerful tool for addressing some of society's most pressing social, environmental, cultural, and economic challenges by providing innovative solutions that can be scaled and sustained over time. This textbook aims to provide students with a deep understanding of social entrepreneurship, its nature, aims, and underlying concepts, with a special focus on the context of Saudi Arabia. Readers will gain a profound awareness of the problems facing humanity today and explore how social enterprises have and continue to contribute to addressing such challenges.

REFERENCIA | REFERENCE

Shamieh, S., Hilal, R., & Gonzalez Núñez, J. (2024). *Social Entrepreneurship*, Maidenhead, UK: McGraw-Hill Education.



Rodrigo González Souza
Profesor del área de Dirección de Personal
Human Resources Management Professor

Yvette Mucharraz y Cano
Profesora del área de Dirección de Personal
Human Resources Management Professor

Antonio Sancho y Maldonado
Profesor del área de Dirección de Personal
Human Resources Management Professor

Alejandro Vázquez Ríos
Director y profesor del área de Dirección
de Personal
Human Resources Management
Chair and Professor

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS: UNA PERSPECTIVA PARA LA ALTA DIRECCIÓN

El libro *Dirección de Recursos Humanos: una perspectiva para la Alta Dirección* ofrece una visión estratégica sobre cómo gestionar eficazmente el capital humano en un entorno empresarial en constante cambio. A lo largo de sus capítulos, se aborda la importancia de alinear el talento con los objetivos organizacionales, destacando la función de Recursos Humanos como un aliado estratégico que contribuye directamente al éxito empresarial.

Dividido en cuatro secciones, el texto explora temas fundamentales como la medición del valor agregado de los Recursos Humanos, la utilización de *people analytics* para mejorar las decisiones de gestión del talento y la integración de prácticas innovadoras que permitan atraer, desarrollar y comprometer a los colaboradores.

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT: A PERSPECTIVE FOR SENIOR MANAGEMENT

The book *Human Resources Management: A Perspective for Senior Management* provides a strategic vision for effectively managing human capital in an ever-changing business environment. Each chapter focuses on the importance of aligning talent with organizational goals, highlighting the HR function as a strategic ally that contributes directly to business success.

Divided into four sections, the text explores fundamental topics such as measuring the value added by HR, using *people analytics* to improve talent management decisions, and integrating innovative practices to attract, develop, and retain employees. It also highlights the importance of organizational transformation in a context where digitalization, resilience, and flexibility are key to business survival and growth.

The book also examines current challenges facing organizations, including managing people in crisis.

REFERENCIA | REFERENCE

González Souza, R., Mucharraz y Cano, Y., Sancho y Maldonado, A., & Vázquez Ríos, A. (2024). *Dirección de recursos humanos. Una Perspectiva para la Alta Dirección*. España: EUNSA.



José Antonio Lozano Díez
Profesor del área de Factor Humano

Organizational Behavior
Department Professor

Coautores / Co-authors
Ugarte Corcuera, Francisco

LA CONQUISTA DE LA MADUREZ

El libro ofrece una visión integral de la madurez humana, que abarca diez ámbitos; los cuatro primeros corresponden a la estructura de la persona: madurez intelectual, madurez de la voluntad, madurez emocional y madurez física; los otros seis se refieren a las relaciones de la persona: consigo misma (madurez intrapersonal y profesional), con los demás (madurez interpersonal y social), con el entorno (madurez ecológica) y con Dios (madurez espiritual). Estos ámbitos constituyen los diez capítulos del libro.

En cada capítulo se desarrollan cinco problemas actuales y 10 rasgos de una persona madura en el ámbito correspondiente, lo cual permite llevar a cabo una evaluación personal sobre la madurez integral.

Los autores hacen dos advertencias: la madurez integral es una meta que nunca podremos alcanzar de manera total; y la madurez integral está íntimamente relacionada con la felicidad, la cual es consecuencia de tener la vida lograda.

THE CONQUEST OF MATURITY

The book provides a comprehensive perspective on human maturity, encompassing ten distinct areas. The first four pertain to the structure of the person: intellectual maturity, volitional maturity, emotional maturity, and physical maturity. The remaining six focus on the individual's relationships: with oneself (intrapersonal and professional maturity), with others (interpersonal and social maturity), with the environment (ecological maturity), and with God (spiritual maturity). These areas are explored across the ten chapters of the book.

Each chapter addresses five contemporary challenges and outlines ten characteristics of a mature person within the corresponding domain, enabling readers to conduct a personal assessment of their overall maturity.

The authors make two important clarifications: first, achieving integral maturity is a lifelong journey. Second, integral maturity is closely tied to happiness, which arises from living a fulfilled life and striving to develop each of the ten areas to their fullest potential.

REFERENCIA | REFERENCE

Ugarte Corcuera, F., & Lozano Díez, J. A. (2024). *La conquista de la madurez*. México: Ediciones ECA.

En: **Rethinking Subsidiarity: Multidisciplinary Reflections on the Catholic Social Tradition**

Maciej Bazela

Profesor del área de Entorno Político y Social

Social and Political Environment Department Professor

REFERENCIA | REFERENCE

Bazela, M. (2024). Catholic liberalism: an antipopulist proposal. En M. Schlag & B. Koller (Ed.), *Rethinking Subsidiarity: Multidisciplinary Reflections on the Catholic Social Tradition* (pp. 95-107). Switzerland: Springer Nature. doi: 10.1007/978-3-031-50143-2_6

EL LIBERALISMO CATÓLICO: UNA PROPUESTA ANTIPOPLUISTA

Cuando cayó el Muro de Berlín, el liberalismo parecía el vencedor de la Guerra Fría. Sin embargo, la democracia liberal de mercado está en crisis. Los populistas culpan al liberalismo del descontento social, la ineficacia política y las dificultades económicas. Los populistas de derechas afirman que el liberalismo amenaza la identidad nacional y el conservadurismo social. Proponen la democracia iliberal como remedio. El liberalismo clásico y la Doctrina Social de la Iglesia deberían unir fuerzas para reconstruir la democracia plena y en la economía de libre mercado.

CATHOLIC LIBERALISM: AN ANTIPOPLUIST PROPOSAL

When the Berlin Wall fell, liberalism seemed the winner of the Cold War. However, liberal market democracy is in crisis. Populists blame liberalism for social discontent, political ineffectiveness, and economic hardship. Right-wing populists claim liberalism threatens national identity and social conservatism. They propose illiberal democracy as a remedy. Classical liberalism and Catholic Social Thought (CST) should join forces to rebuild full democracy and a free-market economy.

En: **Building Power, Safety, and Trust in Virtual Communities**

Javier González Núñez

Profesor del área de Política de Empresa

Strategy and General Management Department Professor

REFERENCIA | REFERENCE

Gonzalez Núñez, J., Bolognesi, M., & Godbehear, J. (2024). Second Life and the Immersion Into Virtual Communities. En D. Darwish (Ed.), *Building Power, Safety, and Trust in Virtual Communities* (pp. 79-92). Estados Unidos: IGI Global. doi: 10.4018/979-8-3693-3868-1.ch004

SECOND LIFE Y LA INMERSIÓN EN COMUNIDADES VIRTUALES

Este artículo presenta al lector a Enrapture, una innovadora empresa de desarrollo de tecnología inmersiva con sede en Bélgica es una de las primeras empresas con un equipo «nativo del mundo virtual» que se reunió originalmente en Second Life hace una década. Hoy en día, su enfoque estratégico en el contenido generado por el usuario dentro de las comunidades virtuales sigue siendo parte integral de su estrategia empresarial.

SECOND LIFE AND THE IMMERSION INTO VIRTUAL COMMUNITIES

This article introduces the reader to Enrapture, an innovative immersive tech development company based in Belgium, is one of the first businesses with a "virtual-world native" team that originally convened in Second Life a decade ago. Today, its strategic focus on user-generated content within virtual communities remains integral to its business strategy.

En: **Dirección de Recursos Humanos: Una directiva para la Alta Dirección**

Yvette Mucharraz y Cano

Profesora del área de Dirección de Personal

Human Resources Management Department Professor

REFERENCIA | REFERENCE

Mucharraz y Cano, Y. (2024). Liderazgo femenino dentro de las empresas y en la sociedad. In Sancho y Maldonado, A., Mucharraz y Cano, Y., González Souza, R., & Vazquez Ríos, A. (Eds.), *Dirección de Recursos Humanos: Una directiva para la Alta Dirección* (pp. 341-351). España: EUNSA.

LIDERAZGO FEMENINO DENTRO DE LAS EMPRESAS Y EN LA SOCIEDAD

El capítulo explora la evolución y el impacto del liderazgo femenino en las empresas y la sociedad. Destaca cómo las mujeres han superado barreras históricas para asumir roles estratégicos, transformando el mercado laboral con su perspectiva inclusiva y habilidades únicas. Subraya beneficios como mayor rentabilidad empresarial y la importancia de políticas equitativas para fomentar el talento femenino en altos cargos.

FEMALE LEADERSHIP WITHIN COMPANIES AND SOCIETY COMMUNITIES

This chapter examines the evolution and impact of female leadership in businesses and society. It highlights how women have overcome historical barriers to take on strategic roles, bringing an inclusive perspective and unique skills to the workforce. The text emphasizes the benefits of gender diversity, such as increased profitability, and advocates for equitable policies to promote female talent in leadership positions.

**Yvette Mucharraz
y Cano**

Directora del Centro de
Investigación de la Mujer en la
Alta Dirección (CIMAD)
Profesora del área de Dirección
de Personal

Director of the Research
Center for Women in Senior
Management (CIMAD)
Human Resources
Management Department
Professor

Coautores / Co-authors

**Dávila-Ruiz, Diana
Cuilty-Esquivel, Karla**

Título original / Original title

**Burnout resilience
in the face of the
COVID-19 pandemic**

LA RESILIENCIA AL *BURNOUT* ANTE LA PANDEMIA DE COVID-19

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto negativo sin precedentes en el bienestar mental de las mujeres, especialmente de las madres. Este artículo propone el concepto de “resiliencia al *burnout*” e introduce el “apoyo estructural” como variable que influye en el *burnout* laboral de las madres ejecutivas. Existen diferentes tipos de apoyos que promueven la resiliencia, en este caso abordando el soporte estructural, el organizacional y el familiar. Se examinó la influencia de los tres tipos de apoyo, facilitando la adaptación resiliente en un escenario de crisis como la pandemia. Se destaca la importancia de asegurar apoyos organizacionales y estructurales en las políticas públicas y en las empresas para desarrollar resiliencia cuando se experimenta *burnout*, en especial en catástrofes naturales, ambientes de guerra, crisis, entre otros. La investigación tuvo como objetivo cuantificar el grado de estrés laboral entre 704 madres ejecutivas durante la pandemia, utilizando el Maslach Burnout Inventory General. El método de recolección de datos empleado fue de naturaleza cuantitativa. Los resultados mostraron la relación entre los apoyos organizativos, familiares y estructurales y el *burnout*, asimismo reveló que el apoyo organizativo y estructural atenuaba el efecto del *burnout*. También las madres ejecutivas experimentaron más *burnout* durante la pandemia COVID-19 que en periodos anteriores.

BURNOUT RESILIENCE IN THE FACE OF THE COVID-19 PANDEMIC

The COVID-19 pandemic had an unprecedented negative impact on the mental well-being of women, especially mothers. This article proposes the concept of “burnout resilience” and introduces “structural support” as a variable that influences work burnout in executive mothers. There are different types of support that promote resilience, in this case addressing structural, organizational, and family supports. The influence of these three types of support was studied by the authors, facilitating resilient adaptation in a crisis scenario such as the pandemic. The importance of ensuring organizational and structural supports in public policies and companies is highlighted to develop resilience when experiencing burnout, especially during natural disasters, war environments, crises, and more. The research aimed to quantify the level of work-related stress among 704 executive mothers during the pandemic, using the Maslach Burnout Inventory General. The data collection method employed was quantitative in nature. The results showed the relationship between organizational, familial, and structural supports and burnout, and also revealed that organizational and structural support mitigated the effects of burnout. Additionally, executive mothers experienced more burnout during the COVID-19 pandemic than in prior periods.

REFERENCIA | REFERENCE

Mucharraz y Cano, Y., Dávila-Ruiz, D., & Cuilty-Esquivel, K. (2024). Burnout resilience in the face of the COVID-19 pandemic. *Tec Empresarial*, 19(1), pp. 36–50. <https://doi.org/10.18845/te.v19i1.7577>

WOMEN ON BOARD

This article discusses the underrepresentation of women on boards in Mexico and highlights the need to promote the collaboration among the academia, the public and private sectors, as well as the importance of promoting public policies that emphasize the business benefits of having women in management positions and on boards. It also underscores the importance of strengthening and enhancing practices 14 and 15 of the Mexican Code of Best Corporate Practices as a strategy for chambers of commerce and corporate boards to reduce the gender gap by fostering the inclusion of women at all levels of the organizational structure.

Finally, the article emphasizes the importance of empowering women through the creation of networks and the promotion of female board members in family businesses to strengthen and grow these companies.

Título original / Original title

**Participación de las
Mujeres en los Consejos de
Administración**

Coautores /

Co-authors

Ortiz, Edith

Yvette Mucharraz y Cano

Directora del Centro de Investigación de la Mujer
en la Alta Dirección (CIMAD)

Profesora del área de Dirección de Personal

Director of the Research Center for Women in Senior
Management (CIMAD)

Human Resources Management Department Professor

MUJERES EN CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN

Este artículo aborda la baja representatividad de las mujeres en los consejos de administración en México y destaca la importancia de la colaboración entre el sector público, el privado y la academia en esta materia, así como la necesidad de fomentar políticas públicas que promuevan los beneficios empresariales de contar con mujeres en puestos directivos y en consejos de administración. Asimismo, subraya la importancia de fortalecer y complementar las prácticas 14 y 15 del Código de Mejores Prácticas Corporativas de México como una estrategia para que las cámaras y los consejos empresariales reduzcan la brecha de género, promoviendo la inclusión de mujeres en todos los niveles de la estructura organizacional.

Finalmente, el artículo hace mención sobre la importancia de empoderar a las mujeres mediante la creación de redes de apoyo y el impulso a las consejeras de empresas familiares para fortalecer y desarrollar a las empresas.

REFERENCIA | REFERENCE

Mucharraz y Cano, Y., & Ortiz, E. (2024). Participación de las Mujeres en los Consejos de Administración. *La Gaceta UNAM*. pp. 22



**Asghar Afshar
Jahanshahi**

Investigador Sr. del Centro de
Investigación en Iniciativa
Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the
Research Center on Business
Entrepreneurial Initiative

CONDICIONES LABORALES Y LA CAÍDA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La combinación de sanciones políticas y económicas, junto con la pandemia de COVID-19, ha hecho que la vida y el trabajo sean desafiantes para los iraníes. En este entorno difícil, nuestro estudio analiza cómo las condiciones laborales negativas, como el acoso laboral y un ambiente hostil, afectan el bienestar emocional de los empleados y sus acciones socialmente responsables, tanto en el trabajo como en sus comunidades. Recogimos datos de 304 empleados a tiempo completo en Irán durante 12 meses, utilizando cuatro encuestas. También llevamos a cabo entrevistas a 12 participantes para obtener más información. Nuestros hallazgos revelan que el acoso laboral conduce a agotamiento emocional, lo que reduce dos tipos de comportamientos socialmente responsables: (a) acciones relacionadas con la sostenibilidad en el trabajo y (b) acciones positivas hacia la sociedad fuera del trabajo. Además, un ambiente laboral hostil aumenta el agotamiento emocional y disminuye las acciones relacionadas con la sostenibilidad en el trabajo, pero no afecta los comportamientos fuera del entorno laboral. También discutimos consejos prácticos para los gerentes basados en estos resultados.

Coautores / Co-authors

Al Gamrh, Bakr

STRAINED WORK CONDITIONS AND THE DECLINE OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The combination of political and economic sanctions, along with the COVID-19 pandemic, has made life and work challenging for Iranians. In this tough environment, our study looks at how negative work conditions, like workplace bullying and a hostile atmosphere, impact employees' emotional well-being and their socially responsible actions at work and in their communities. We gathered data from 304 full-time employees in Iran over 12 months, using four surveys. We also interviewed 12 participants to gain deeper insights. Our findings reveal that workplace bullying leads to emotional exhaustion, which then reduces two types of socially responsible behaviors: (a) sustainability-related actions at work and (b) positive societal actions outside of work. Additionally, a hostile work environment increases emotional exhaustion and decreases sustainability-related actions at work, but does not affect behaviors outside of work. We also discuss practical advice for managers based on these results.

Título original / Original title

Beyond external pressures: How work conditions harm employees' social and environmental responsibilities

REFERENCIA | REFERENCE

Jahanshahi, A. A., & Al-Gamrh, B. (2024). Beyond external pressures: How work conditions harm employees' social and environmental responsibilities. *Business Strategy and the Environment*, 33(5), p p. 4292–4309. <https://doi.org/10.1002/bse.3705>

IMPULSO A LA INNOVACIÓN: EL PAPEL DE AMBIENTES LABORALES DE APOYO

La innovación es el corazón de las empresas exitosas, lo que les permite destacar frente a sus competidores con productos, servicios y procesos únicos. Este estudio revela la poderosa relación entre la innovación en la gestión, un clima laboral de apoyo y los comportamientos innovadores de los gerentes de nivel medio, enfatizando el papel fundamental de la orientación hacia la innovación estratégica.

A través de una encuesta a 300 gerentes de nivel medio en la industria de maquinaria, descubrimos que fomentar un enfoque de gestión innovador y nutrir un entorno laboral positivo mejora significativamente la orientación hacia la innovación estratégica de los gerentes, lo que lleva a un aumento en los comportamientos innovadores. Estos hallazgos no solo son relevantes, sino que son transformadores para las organizaciones que desean elevar sus capacidades de innovación y crear una cultura laboral vibrante y productiva que impulse la ventaja competitiva.

Esta investigación proporciona ideas prácticas que pueden influir en las decisiones estratégicas y dar forma a futuras políticas, allanando el camino para un panorama empresarial más innovador y exitoso.

**Asghar Afshar
Jahanshahi**

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors

Fatma Sonmez Cakir

Ozan Kalaycioglu

Zafer Adiguzel

INNOVATION BOOST: THE ROLE OF SUPPORTIVE WORK ENVIRONMENTS

Innovation is the heartbeat of successful businesses, enabling them to outshine competitors with unique products, services, and processes. This study uncovers the powerful relationship between management innovation, a supportive workplace climate, and the innovative behaviors of middle-level managers, emphasizing the pivotal role of strategic innovation orientation.

Through a survey of 300 middle-level managers in the machinery industry, we discovered that fostering an innovative management approach and nurturing a positive workplace environment significantly enhance managers' strategic innovation orientation, leading to heightened innovative behaviors. These findings are not just relevant—they are transformative for organizations eager to elevate their innovation capabilities and create a vibrant, productive work culture that drives competitive advantage.

This research provides actionable insights that can influence strategic decisions and shape future policies, paving the way for a more innovative and successful business landscape.

Título original / Original title
Driving innovation from within: the role of a supportive workplace in fostering managerial innovation in Turkey's export-oriented machinery sector

REFERENCIA | REFERENCE

Jahanshahi, A. A., Sonmez Cakir, F., Kalaycioglu, O., & Adiguzel, Z. (2024). Driving innovation from within: the role of a supportive workplace in fostering managerial innovation in Turkey's export-oriented machinery sector. *Middle East Journal of Management*. 12 (1), pp. 124-150. <https://doi.org/10.1504/MEJM.2025.142873>

Asghar Afshar Jahanshahi

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

Ximena**Campos García**

Profesora del área de Dirección de Operaciones

Operations Management Department Professor

Javier González Núñez

Profesor del área de Política de Empresa

Strategy and General Management Department Professor

Arturo Orozco Leyva

Profesor del área de Dirección de Operaciones

Operations Management Department Professor

Luis Antonio Paredes Izaguirre

Director del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Profesor del área de Política de Empresa

Research Center on Business Entrepreneurial Initiative Director Strategy and General Management Professor

Coautores / Co-authors

Gomes Haensel Schmitt, Valentina

Rivas-Mendoza, Milagros Isabel

Fernandez-Telleria, Bernardo

Rezende da Costa, Priscila

García Ibarra, Verónica

Torres Carbonell, Silvia

Ignacio García, Fausto

Pigola, Angelica

Galera, Victoria

Título original / Original title

How 'dark' are Latino: Implications for nascent entrepreneurship

RASGOS OSCUROS Y EMPRENDIMIENTO LATINO: UN ANÁLISIS PROFUNDO

Este estudio examina a los emprendedores incipientes —aquellos que inician nuevos negocios— y su importancia para la economía y la sociedad. Al centrarnos en los rasgos de personalidad y las dinámicas laborales, analizamos qué influye en los individuos para seguir la vía del emprendimiento.

Encuestamos a 1,497 empleados de nueve países de América Latina: Argentina, Perú, México, Chile, Ecuador, Colombia, Bolivia, Cuba y Brasil. Nuestros hallazgos revelan que los empleados con niveles más altos de los rasgos del Triángulo Oscuro —Maquiavelismo, psicopatía y narcisismo— tienen más probabilidades de considerar el emprendimiento. Muchos de estos individuos se sienten marginados u excluidos en el trabajo debido a sus personalidades, lo que les impulsa a buscar alternativas profesionales, como iniciar su propio negocio.

Curiosamente, encontramos que los hombres generalmente tienen puntajes más altos en estos rasgos que las mujeres, pero en Cuba, las mujeres obtuvieron puntuaciones más altas. Geográficamente, los empleados chilenos tenían las puntuaciones más altas en los tres rasgos, mientras que los peruanos tenían las puntuaciones más bajas en maquiavelismo y narcisismo. Los cubanos tuvieron las puntuaciones más bajas en psicopatía. Estos resultados destacan la compleja relación entre los rasgos de personalidad y las experiencias laborales, proporcionando valiosos conocimientos sobre lo que motiva a las personas a convertirse en emprendedores.

Comprender estas dinámicas puede ayudar a apoyar a quienes buscan iniciar sus propios negocios.

DARK TRAITS AND LATINO ENTREPRENEURSHIP: A DEEPER LOOK

This study examines nascent entrepreneurs—those starting new businesses—and their importance to the economy and society. By focusing on personality traits and workplace dynamics, we analyzed what influences individuals to pursue entrepreneurship.

We surveyed 1,497 employees from nine Latin American countries: Argentina, Peru, Mexico, Chile, Ecuador, Colombia, Bolivia, Cuba, and Brazil. Our findings reveal that employees with higher levels of the Dark Triad traits—Machiavellianism, psychopathy, and narcissism—are more likely to consider entrepreneurship. Many of these individuals feel ostracized or marginalized at work because of their personalities, which encourages them to seek alternative career paths like starting their own business.

Interestingly, we found that men generally score higher in these traits than women, but in Cuba, women scored higher. Geographically, Chilean employees had the highest scores for all three traits, while Peruvians had the lowest for Machiavellianism and narcissism. Cubans scored lowest in psychopathy. These results highlight the complex relationship between personality traits and workplace experiences, providing valuable insights into what motivates people to become entrepreneurs.

Understanding these dynamics can help support individuals looking to start their own businesses.

REFERENCIA | REFERENCE

Jahanshahi, A. A., Haensel Schmitt, V. G., Rivas-Mendoza, M. I., Fernandez-Telleria, B., Rezende da Costa, P., Campos García, X., García Ibarra, V., Gonzalez Núñez, J., Torres Carbonell, S., García, F. I., Paredes Izaguirre, L. A., Orozco Leyva, A., Pigola, A., & Galera, V. (2024). How 'dark' are Latino: Implications for nascent entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*. 233 (2024)- <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112897>

SUSTAINABILITY IN SMES: KEY DRIVERS AND CHALLENGES

Various factors can either encourage or discourage small and medium-sized business owners and managers from adopting sustainable practices. Understanding how these factors are connected is crucial for making informed decisions about sustainability. The gap between policies and their actual implementation often leads to the failure of sustainable practices in businesses.

This study aims to identify factors that promote or hinder the adoption of sustainable policies. We conducted a systematic literature review of sustainable business policies from 2015 to 2023, focusing on key factors that affect the successful implementation of sustainability in SMEs.

Our findings show that solutions based on data, sensor-aided systems, green consumption, vendor support, clear technological plans, legitimacy in using data analytics, and digital transformation are the main drivers of sustainable practices in SMEs. Notably, cloud enterprise resource planning is particularly important for businesses in developing countries. However, challenges remain, such as data security issues, lack of trust, insufficient support from top management, resistance to new technology, a shortage of skilled workers, data breaches, and poor network security.

These findings offer valuable insights for practitioners and policymakers looking to improve sustainability in business.

SOSTENIBILIDAD EN PYMES: FACTORES CLAVE Y DESAFÍOS

Varios factores pueden alentar o desalentar a los propietarios y gerentes de pequeñas y medianas empresas a adoptar prácticas sostenibles. Comprender cómo se conectan estos factores es crucial para tomar decisiones informadas sobre sostenibilidad. La brecha entre las políticas y su implementación real a menudo lleva al fracaso de las prácticas sostenibles en las empresas.

Este estudio tiene como objetivo identificar los factores que promueven o dificultan la adopción de políticas sostenibles. Realizamos una revisión sistemática de la literatura sobre políticas empresariales sostenibles de 2015 a 2023, centrándonos en los factores clave que afectan la implementación exitosa de la sostenibilidad en las PYMES.

Nuestros hallazgos muestran que las soluciones basadas en datos, los sistemas asistidos por sensores, el consumo ecológico, el apoyo de proveedores, planes tecnológicos claros, la legitimidad en el uso de análisis de datos y la transformación digital son los principales impulsores de las prácticas sostenibles en las PYMES. Cabe destacar que la planificación de recursos empresariales en la nube es particularmente importante para las empresas en países en desarrollo. Sin embargo, siguen existiendo desafíos, como problemas de seguridad de datos, falta de confianza, apoyo insuficiente de la alta dirección, resistencia a nuevas tecnologías, escasez de trabajadores calificados, violaciones de datos y seguridad de red deficiente.

Estos hallazgos ofrecen valiosas ideas para los profesionales y responsables de políticas que buscan mejorar la sostenibilidad en los negocios.

**Asghar Afshar
Jahanshahi**

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors

Abdul Basit, Shoaib

Gharleghi, Behrooz

Batool, Khadija

Hassan, Sohaib S.

Erdinc Kliem, Mujde

Título original / Original title
**Review of Enablers
and Barriers of
Sustainable Business
Practices in SMEs**

REFERENCIA | REFERENCE

Basit, S. A., Gharleghi, B., Batool, K., Hassan, S. S., Jahanshahi, A. A., & Kliem, M. E. (2024). Review of enablers and barriers of sustainable business practices in SMEs. *Journal of Economy and Technology*, 2, pp. 79-94. <https://doi.org/10.1016/j.ject.2024.03.005>

**Asghar Afshar
Jahanshahi**Investigador Sr. del Centro de
Investigación en Iniciativa
Empresarial (CiiE)Sr. Researcher of the
Research Center on Business
Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors

**Hasan Polas,
Mohammad Rashed****Imran Kabir, Ahmed****Saleh Md
Sohel-Uz-Zaman, Abu****Sikder, Sharmila****Al Fahad, A.**

Título original / Original title

**Towards a Greener
Horizon: Unravelling
the Links between
Environmental
Awareness,
Consumption Values,
and Packaging in
Consumer Decision-
Making****VALORES ECOLÓGICOS:
CÓMO LA CONCIENCIA
AFECTA EL CONSUMO**

Este estudio examina cómo se interconectan el conocimiento ambiental, los valores relacionados con el consumo sostenible, el empaque ecológico y las intenciones de compra de los consumidores de la Generación Z. Analizamos 496 respuestas utilizando técnicas estadísticas avanzadas para comprender estas relaciones.

Nuestros hallazgos muestran que, si bien unos sólidos valores ecológicos conducen a una mayor probabilidad de realizar compras ecológicas, simplemente tener conocimiento ambiental no influye directamente en la compra de productos sostenibles. Es importante destacar que la actitud del consumidor desempeña un papel clave en la forma en que su conocimiento y valores ambientales se traducen en decisiones de compra reales.

Esta investigación arroja luz sobre las percepciones del marketing ecológico y los comportamientos sostenibles, especialmente en países en desarrollo como Bangladesh, donde ha habido poco enfoque en los consumidores de la Generación Z. Animamos a las empresas a aumentar la concienciación e implementar estrategias que empoderen a los consumidores para adoptar prácticas sostenibles. Los conocimientos de este estudio son particularmente valiosos para las empresas de bienes de consumo de rápido movimiento (FMGC) en Bangladesh y pueden aplicarse también a empresas similares en otros mercados emergentes.

Además, los resultados contribuyen a teorías relacionadas con el comportamiento del consumidor, la sostenibilidad, la responsabilidad social corporativa (RSC) y la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB).

**ECO-VALUES: HOW AWARENESS
SHAPES CONSUMPTION
AND PACKAGING**

This study examines how environmental knowledge, values related to green consumption, green packaging, and the purchasing intentions of Generation Z consumers are interconnected. We analyzed 496 responses using advanced statistical techniques to understand these relationships.

Our findings show that while strong green values lead to a higher likelihood of making eco-friendly purchases, simply having environmental knowledge does not directly influence buying green products. Importantly, we found that a consumer's attitude plays a key role in shaping how their environmental knowledge and values translate into actual purchasing decisions.

This research sheds light on green marketing perceptions and sustainable behaviors, especially in developing countries like Bangladesh, where there's been little focus on Generation Z consumers. We encourage businesses to raise awareness and implement strategies that empower consumers to adopt sustainable practices. The insights from this study are particularly valuable for Bangladeshi fast-moving consumer goods (FMGC) companies and may also apply to similar businesses in other emerging markets.

Additionally, the results contribute to theories related to consumer behavior, sustainability, corporate social responsibility (CSR), and the Theory of Planned Behavior (TPB).

REFERENCIA | REFERENCE

Hasan Polas, M. R., Jahanshahi, A. A., Imran Kabir, A., Saleh Md Sohel-Uz-Zaman, A., Sikder, S., & Al Fahad, A. (2024). Towards a Greener Horizon: Unravelling the Links between Environmental Awareness, Consumption Values, and Packaging in Consumer Decision-Making. *IEEE Engineering Management Review*. pp. 1-42. <https://doi.org/10.1109/EMR.2024.3438124>.

CADENAS DE SUMINISTRO VERDES CON *BLOCKCHAIN*: UN CAMINO A LA RENTABILIDAD

El uso de prácticas responsables con el medioambiente y la sociedad, como la gestión de cadenas de suministro de bajas emisiones (LESCM), se ha vuelto esencial para las empresas en todo el mundo.

Las prácticas de LESCM que se enfocan en energías renovables ayudan a que las empresas manufactureras innovadoras se vuelvan más responsables social y ambientalmente. Nuestra investigación examina cómo la adopción de LESCM puede mejorar indirectamente el éxito financiero de una empresa al fomentar el uso de la tecnología *blockchain* (BT). También exploramos cómo la adopción de BT puede reducir los costos operativos y mejorar el desempeño ambiental de las empresas. Para responder a estas preguntas, encuestamos a 189 empresas manufactureras en Bangladesh, un país que enfrenta desafíos y oportunidades únicos en el ámbito de los negocios sostenibles. A través de un análisis detallado, encontramos conexiones positivas entre las prácticas de LESCM, la adopción de blockchain, el desempeño financiero, el ahorro de costos y la sostenibilidad.

Asghar Afshar Jahanshahi

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

GREENER SUPPLY CHAINS WITH BLOCKCHAIN: A PATH TO PROFITABILITY

The use of environmentally and socially responsible practices, such as low-emission supply chain management (LESCM), has become essential for businesses worldwide.

LESCM practices that focus on renewable energy help forward-thinking manufacturing companies become more socially and environmentally responsible. Our research looks at how adopting LESCM can indirectly improve a company's financial success by encouraging the use of blockchain technology (BT). We also explore how BT adoption can lower business costs and boost environmental performance.

To answer these questions, we surveyed 189 manufacturing firms in Bangladesh, a country that faces unique challenges and opportunities in sustainable business. Through careful analysis, we found positive connections between LESCM practices, blockchain adoption, financial performance, cost savings, and sustainability.

Coautores / Co-authors

Bhattacharjee, Amitab

Chakraborty, Sudip

Título original / Original title

Unlocking the link between low emission supply chains, blockchain adoption, and financial success: The payoff of socially responsible practices in supply chains

REFERENCIA | REFERENCE

Bhattacharjee, A., Jahanshahi, A. A., & Chakraborty, S. (2024). Unlocking the link between low emission supply chains, blockchain adoption, and financial success: The payoff of socially responsible practices in supply chains. *Business Strategy & Development*, 7(1), e341. <https://doi.org/10.1002/bsd2.341>

**Asghar Afshar
Jahanshahi**

Investigador Sr. del Centro de
Investigación en Iniciativa
Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the
Research Center on Business
Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors

Sonmez Cakir, Fatma

Kalaycioglu, Ozan

Adiguzel, Zafer

Título original / Original title

**Economic Impacts and
Financial Strategies
of Turkish Logistics
Companies During the
COVID-19 Crisis****SOBREVIVIENDO
AL COVID-19:
TÁCTICAS
FINANCIERAS EN
EMPRESAS DE
LOGÍSTICA TURCAS**

Durante la pandemia de COVID-19, las empresas de logística jugaron un papel crucial al garantizar la entrega oportuna de productos. Este estudio explora cómo los equipos financieros de estas empresas gestionaron los desafíos financieros provocados por la pandemia.

Basándonos en datos de 30 expertos de los departamentos de contabilidad y finanzas de empresas logísticas, encontramos que la pandemia provocó una caída en los ingresos y una mayor presión para pagar préstamos antes de su vencimiento. Los mayores desafíos identificados fueron las fluctuaciones impredecibles en los tipos de cambio, la depreciación de la lira turca y el aumento de los costos de alquiler.

Nuestra investigación destaca cómo los expertos financieros en las empresas logísticas turcas navegaron estas dificultades económicas y financieras durante la crisis.

**SURVIVING
COVID-19:
FINANCIAL
TACTICS
OF TURKISH
LOGISTICS
COMPANIES**

During the COVID-19 pandemic, logistics companies played a crucial role in ensuring the timely delivery of products. This study explores how financial teams in these companies managed the financial challenges brought on by the pandemic.

Based on data from 30 experts in the accounting and finance departments of logistics companies, we found that the pandemic led to a drop in revenues and increased pressure to repay loans before their due dates. The biggest challenges identified were unpredictable exchange rate fluctuations, the depreciation of the Turkish lira, and rising rental costs.

Our research highlights how financial experts in Turkish logistics companies navigated these economic and financial difficulties during the crisis.

REFERENCIA | REFERENCE

Jahanshahi, A. A., Sonmez Cakir, F., Kalaycioglu, O., & Adiguzel, Z. (2024). Economic Impacts and Financial Strategies of Turkish Logistics Companies During the COVID-19 Crisis. *IEEE Engineering Management Review*. pp. 1-27. <https://doi.org/10.1109/EMR.2024.3354877>.

RESILIENCE IN ADVERSITY: IRANIAN ATHLETES' MENTAL HEALTH DURING COVID-19

The COVID-19 pandemic and economic sanctions have significantly impacted the well-being of Iranian athletes, affecting both their physical and mental health.

This study examines how these challenges have created disparities among different groups of athletes based on factors like professionalism, age, education, and COVID-19 infection status. Surveying 280 athletes, we found that male athletes report higher levels of distress, anxiety, and depression than female athletes. Professional athletes experience greater psychological distress compared to semi-professional and amateur athletes. Although professional athletes show more insomnia, they also have higher levels of hope. Younger athletes and those with more education tend to report increased intrusive thoughts. Local and national athletes generally report higher life satisfaction and hope than their international counterparts. Interestingly, athletes who did not contract COVID-19 report more psychological distress than those who did.

These findings highlight the complex relationships between various factors affecting the mental health of Iranian athletes during this difficult time. Understanding these vulnerabilities can help policymakers create a more resilient sports sector, ensuring that the mental health and overall well-being of athletes are prioritized in future strategies.

RESILIENCIA EN LA ADVERSIDAD: SALUD MENTAL DE ATLETAS IRANÍES

La pandemia de COVID-19 y las sanciones económicas han afectado significativamente el bienestar de los atletas iraníes, impactando tanto su salud física como mental.

Este estudio examina cómo estos desafíos han creado disparidades entre diferentes grupos de atletas según factores como el nivel de profesionalismo, la edad, la educación y el estado de infección por COVID-19. Al encuestar a 280 atletas, encontramos que los atletas masculinos informan niveles más altos de angustia, ansiedad y depresión que las atletas femeninas. Los atletas profesionales experimentan un mayor malestar psicológico en comparación con los atletas semiprofesionales y amateurs. Aunque los atletas profesionales presentan más insomnio, también muestran niveles más altos de esperanza. Los atletas más jóvenes y aquellos con más educación tienden a reportar pensamientos intrusivos incrementados. Los atletas locales y nacionales generalmente reportan una mayor satisfacción con la vida y esperanza que sus contrapartes internacionales. Curiosamente, los atletas que no contrajeron COVID-19 informan más angustia psicológica que aquellos que sí lo hicieron.

Estos hallazgos destacan las relaciones complejas entre varios factores que afectan la salud mental de los atletas iraníes durante este difícil período. Comprender estas vulnerabilidades puede ayudar a los formuladores de políticas a crear un sector deportivo más resiliente, asegurando que la salud mental y el bienestar general de los atletas sean prioritizados en futuras estrategias.

Asgar Afshar Jahanshahi

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors
Mokhtari Dinani, Maryam
Nazarian Madavani, Abbas
Rivas Mendoza, Milagros Isabel
Soltani, Sadegh

Título original / Original title
Mental Resilience in Crisis: Examining the Mental Health and Well-Being of Iranian Athletes During the COVID-19 Pandemic

REFERENCIA | REFERENCE

Dinani, M., Jahanshahi, A. A., Madavani, A., Mendoza, M., & Soltani, S. (2024). Mental Resilience in Crisis: Examining the Mental Health and Well-Being of Iranian Athletes During the COVID-19 Pandemic. *J Public Affairs*, 24: e2950. <https://doi.org/10.1002/pa.2950>

**Asghar Afshar
Jahanshahi**

Investigador Sr. del Centro de
Investigación en Iniciativa
Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the
Research Center on Business
Entrepreneurial Initiative

REVOLUCIÓN DE LA BANCA DIGITAL: OPORTUNIDADES PARA NUEVOS EMPRENDEDORES

Los emprendedores nacientes son personas que están en las primeras etapas de iniciar sus propios negocios.

Este estudio exploró qué motiva a estos emprendedores a adoptar tecnologías de banca digital, como aplicaciones y servicios en línea. Nos enfocamos en tres factores principales: la percepción de seguridad, la experiencia en Internet y la exposición al marketing, y examinamos cómo se relacionan con la adopción de la banca digital. También analizamos cómo la percepción de utilidad influye en esta relación. Para recopilar datos, encuestamos a 377 emprendedores nacientes en Bangladesh que actualmente participan en un programa de emprendimiento.

Nuestros hallazgos mostraron que aquellos que se sienten seguros al usar la banca digital y tienen buena exposición al marketing son más propensos a adoptar estas tecnologías. Además, encontramos que la percepción de utilidad actúa como un puente entre la experiencia en Internet y la exposición al marketing en la decisión de utilizar la banca digital.

Coautores / Co-authors

Hasan Polas,
Mohammad Rashed

Título original / Original title

**Adoption of digital
banking technologies
by nascent
entrepreneurs in the
era of transformative
business information
systems**

DIGITAL BANKING REVOLUTION: OPPORTUNITIES FOR EMERGING ENTREPRENEURS

Nascent entrepreneurs are individuals in the early stages of starting their own businesses.

This study explored what motivates these entrepreneurs to adopt digital banking technologies, like apps and online services. We focused on three main factors: perceived security, internet experience, and marketing exposure, and examined how they relate to the adoption of digital banking. We also looked at how perceived usefulness influences this relationship. To gather data, we surveyed 377 nascent entrepreneurs in Bangladesh who are currently participating in an entrepreneurship program. Our findings showed that those who feel secure about using digital banking and have good marketing exposure are more likely to adopt these technologies.

Additionally, we found that perceived usefulness acts as a bridge between internet experience and marketing exposure in the decision to use digital banking.

REFERENCIA | REFERENCE

Hasan Polas, M. R., & Jahanshahi, A. A. (2024). Adoption of digital banking technologies by nascent entrepreneurs in the era of transformative business information systems. *International Journal of Business Information Systems*. 1 (1). <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.10041558>

DILEMAS DE LA ERA DIGITAL: RESULTADOS PARA TRABAJADORES EN EMPLEOS PRECARIOS

En el mundo digital actual, los trabajadores no técnicos y precarios enfrentan una alta inestabilidad laboral y salarios más bajos en comparación con los empleados permanentes y técnicos.

Realizamos una encuesta a 201 trabajadores no técnicos y precarios en Perú para comprender el impacto de la inseguridad laboral en sus vidas. Estos trabajadores estaban empleados en pequeñas empresas privadas ubicadas en Chimbote y Nuevo Chimbote, en el norte de Perú. Analizamos cómo la inseguridad laboral afecta factores como la satisfacción laboral, los niveles de energía, las amistades, las actitudes positivas en el trabajo y el apoyo social. Utilizando el software SPSS para nuestro análisis, encontramos que la inseguridad laboral reduce la energía y vitalidad de los trabajadores no técnicos y aumenta su insatisfacción laboral. Además, nuestros resultados indicaron que una mayor inseguridad laboral conduce a menos amistades entre compañeros de trabajo.

Notablemente, descubrimos que a medida que aumenta la inseguridad laboral, los trabajadores son menos propensos a apoyarse mutuamente en el lugar de trabajo. Esto sugiere que, cuando los trabajadores sienten inseguridad sobre sus empleos, pueden preocuparse menos por las necesidades de los demás.

**Asghar Afshar
Jahanshahi**

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors

**Rivas Mendoza,
Milagros Isabel**

**Quiroz Castillo,
Alberto Yony**

DIGITAL AGE DILEMMAS: OUTCOMES FOR PRECARIOUS WORKERS

In today's digital world, non-tech and precarious workers face high job instability and lower wages compared to permanent and tech employees.

We surveyed 201 non-tech and precarious workers in Peru to understand the impact of job insecurity on their lives. These workers were employed in small private companies located in Chimbote and Nuevo Chimbote in northern Peru. We looked at how job insecurity affects factors like job satisfaction, energy levels, friendships, positive attitudes at work, and social support. Using SPSS software for our analysis, we found that job insecurity reduces the energy and vitality of non-tech workers and increases their job dissatisfaction. Additionally, our results indicated that higher job insecurity leads to fewer friendships among coworkers.

Notably, we discovered that as job insecurity rises, workers are less likely to support one another in the workplace. This suggests that when workers feel insecure about their jobs, they may care less about each other's needs.

Título original / Original title
**Precarious workers in
the era of digitalisation:
identifying the
job-related outcomes
of insecurity**

REFERENCIA | REFERENCE

Jahanshahi, A. A., Rivas Mendoza, M. I., & Quiroz Castillo, A. Y. (2024). Precarious workers in the era of digitalisation: identifying the job-related outcomes of insecurity. *International Journal of Business Information Systems*. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.10040822>

**Asghar Afshar
Jahanshahi**Investigador Sr. del Centro de
Investigación en Iniciativa
Empresarial (CiiE)Sr. Researcher of the
Research Center on Business
Entrepreneurial Initiative

Coautores / Co-authors

**Jahani Doghezloo,
Mansureh****Mokhtari Dinani,
Maryam****Rezaei Pandari,
Abbas**

Título original / Original title

**Prevention of
Corruption: A Tool To
Improve The Quality
Of Services In The
Organization****MEJORES
SERVICIOS
A TRAVÉS DE LA
PREVENCIÓN DE
CORRUPCIÓN**

La corrupción en el deporte es un problema global que amenaza la integridad de la industria deportiva.

Este estudio tuvo como objetivo desarrollar un modelo que identifique los factores que influyen en la prevención de la corrupción administrativa y financiera en las organizaciones deportivas iraníes. Realizamos una encuesta a expertos y ejecutivos deportivos en Irán y identificamos 14 factores clave que ayudan a prevenir la corrupción. Analizamos las relaciones entre estos factores utilizando modelado estructural interpretativo (ISM). Nuestros hallazgos agruparon los factores en cuatro categorías: en el nivel más alto se encontraban “la equidad en los pagos” y “la evitación de otorgar privilegios especiales”, mientras que “la promoción de la rendición de cuentas” estaba en el nivel más bajo. Curiosamente, encontramos que “mejorar la rendición de cuentas” también actúa como una variable independiente en el modelo.

En general, nuestros resultados indican de manera contundente que “promover la rendición de cuentas” es el factor más crucial para prevenir la corrupción en las organizaciones deportivas iraníes.

**BETTER
SERVICES
THROUGH
CORRUPTION
PREVENTION
STRATEGIES**

Support corruption is a global issue that threatens the integrity of the sports industry.

This study aimed to develop a model that identifies factors influencing the prevention of administrative and financial corruption in Iranian sports organizations. We surveyed sports experts and executives across Iran and identified 14 key factors that help prevent corruption. We analyzed the relationships between these factors using interpretive structural modeling (ISM). Our findings grouped the factors into four categories: at the highest level were “fairness in payment” and “avoidance of granting special privileges,” while “promotion of accountability” was at the lowest level. Interestingly, we found that “enhancing accountability” also acts as an independent variable in the model.

Overall, our results strongly indicate that “promoting accountability” is the most crucial factor in preventing corruption within Iranian sports organizations.

REFERENCIA | REFERENCE

Jahani Doghezloo, M., Mokhtari Dinani, M., Rezaei Pandari, A., & Jahanshahi, A. A. (2024). Prevention of Corruption: A Tool To Improve The Quality Of Services In The Organization. *International Journal of Productivity and Quality Management*. 42 (1). pp. 34-49, <https://doi.org/10.1504/IJPQM.2024.138152>

THE ROLE OF CEO PERSONALITY IN FAMILY BUSINESS SUCCESS

Socio-emotional wealth is considered a key factor that sets family businesses apart.

In this study, we explored how CEO personality traits—such as emotional stability, agreeableness, conscientiousness, openness to experience, and extraversion—affect socio-emotional wealth and the competitiveness of family firms. We analyzed data from 352 small and medium-sized family businesses in Ecuador using SPSS and hierarchical regressions.

Our findings revealed that traits like extraversion, agreeableness, and openness to experience positively influence both socio-emotional wealth and the competitiveness of family firms. However, emotional stability and conscientiousness did not show a significant effect on these outcomes.

This research adds to existing literature by demonstrating how different aspects of a CEO's personality can either boost or hinder the competitiveness of family-owned SMEs.

EL PAPEL DE LA PERSONALIDAD DEL CEO EN EL ÉXITO EMPRESARIAL FAMILIAR

La riqueza socioemocional se considera un factor clave que distingue a las empresas familiares.

En este estudio, exploramos cómo los rasgos de personalidad del CEO —como la estabilidad emocional, la amabilidad, la conciencia, la apertura a la experiencia y la extraversión— afectan la riqueza socioemocional y la competitividad de las empresas familiares. Analizamos datos de 352 pequeñas y medianas empresas familiares en Ecuador utilizando SPSS y regresiones jerárquicas.

Nuestros hallazgos revelaron que rasgos como la extraversión, la amabilidad y la apertura a la experiencia influyen positivamente tanto en la riqueza socioemocional como en la competitividad de las empresas familiares. Sin embargo, la estabilidad emocional y la conciencia no mostraron un efecto significativo en estos resultados.

Esta investigación contribuye a la literatura existente al demostrar cómo diferentes aspectos de la personalidad de un CEO pueden potenciar o obstaculizar la competitividad de las PYMEs familiares.

Asghar Afshar Jahanshahi

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative

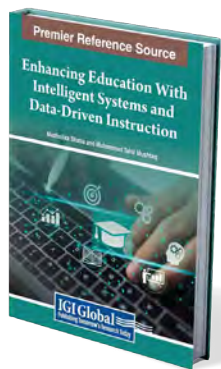
Coautores / Co-authors

García-Ibarra, Verónica Janneth

Título original / Original title
The impact of CEOs' personality on socioemotional wealth and competitiveness improvement of family-owned SMEs

REFERENCIA | REFERENCE

García-Ibarra, V. J., & Jahanshahi, A. A. (2024). The impact of CEOs' personality on socioemotional wealth and competitiveness improvement of family-owned SMEs. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 41 (4), pp. 435-460. <https://doi.org/10.1504/IJPQM.2024.137887>



En: **Enhancing Education With Intelligent Systems and Data-Driven Instruction**

Coautores / Co-authors
Hasan Polas,
Mohammad Rashed
Aida Samikon, Siti
Akter, Tahmina
Hosseen Roky, Md. Arif

Asghar Afshar
Jahanshahi

Investigador Sr. del Centro de Investigación en Iniciativa Empresarial (CiiE)

Sr. Researcher of the Research Center on Business Entrepreneurial Initiative



En: **Simulation of Green Supply Chain Design with Renewable Energy and Green Technology for Intensifying Sustainability After COVID-19**

Coautores / Co-authors
Bhattacharjee, Amitab

REVOLUCIONANDO EL APRENDIZAJE DE IDIOMAS EN LOS NEGOCIOS CON IA

Este estudio investiga cómo la actitud, el entorno de aprendizaje, la motivación, la adaptabilidad tecnológica y la autoconfianza afectan la competencia en inglés entre estudiantes universitarios en Bangladesh, centrándose en la Educación Empresarial 4.0 y herramientas de IA. Encuestamos a 433 estudiantes de Administración de Empresas de cinco universidades en Dhaka. Nuestro análisis reveló un fuerte vínculo entre un entorno de aprendizaje de apoyo y las habilidades en inglés. Además, la adaptabilidad tecnológica, mejorada por la IA, impulsa significativamente la competencia lingüística, mientras que la autoconfianza juega un papel crucial, reforzando la Teoría Cognitiva Social de Bandura.

REVOLUTIONIZING BUSINESS LANGUAGE LEARNING WITH AI

This study investigates how attitude, learning environment, motivation, technological adaptability, and self-confidence affect English proficiency among university students in Bangladesh, focusing on Business Education 4.0 and AI tools. We surveyed 433 Business Administration students from five Dhaka universities. Our analysis revealed a strong link between a supportive learning environment and English skills. Moreover, students' technological adaptability, enhanced by AI, significantly boosts language proficiency, while self-confidence plays a crucial role, reinforcing Bandura's Social Cognitive Theory.

REFERENCIA | REFERENCE

Hasan Polas, M. R., Jahanshahi A. A., Aida Samikon, S., Akter, T., & Hosseen Roky, Md. A. (2024). Revolutionizing Language Learning Beyond Tradition in Business Education 4.0: Artificial Intelligence-Driven Language Learning towards English Proficiency. En M. Bhatia, & M. Tahir Mushtaq (Ed.), *Enhancing Education With Intelligent Systems and Data-Driven Instruction* (pp. 234-271). Estados Unidos: IGI Global. doi: 10.4018/979-8-3693-2169-0.ch011

CADENAS DE SUMINISTRO SOSTENIBLES: IMPULSANDO LA RECUPERACIÓN CON TECNOLOGÍA VERDE

Este capítulo explora cómo las energías renovables y las tecnologías verdes pueden impulsar la sostenibilidad al mejorar las prácticas empresariales y fomentar el crecimiento económico. Presenta métodos de simulación rentables para diseñar cadenas de suministro verdes, particularmente en la era posterior al COVID-19. La simulación propuesta puede ayudar a revitalizar economías de bajo carbono en México y Europa, al tiempo que reduce costos y la dependencia de la energía a base de carbón o nuclear. Los autores sugieren estrategias para integrar la energía limpia en las cadenas de suministro, apoyando políticas de cero emisiones y alentando a las empresas a hacer una transición.

SUSTAINABLE SUPPLY CHAINS: POWERING RECOVERY WITH GREEN TECH COMMUNITIES

This chapter explores how renewable energy, and green technologies can boost sustainability by improving business practices and fostering economic growth. It presents cost-effective simulation methods for designing green supply chains, particularly in the post-COVID-19 era. The proposed simulation can help revitalize low-carbon economies in Mexico and Europe while lowering costs and reducing reliance on coal or nuclear energy. The authors suggest strategies to integrate clean energy into supply chains, supporting zero-emission policies and encouraging firms to transition to more profitable, low-carbon operations.

REFERENCIA | REFERENCE

Bhattacharjee, A., & Jahanshahi A. A. (2024). Simulation of Green Supply Chain Design With Renewable Energy and Green Technology for Intensifying Sustainability After COVID-19. In J. Martínez-Falcó, B. Marco-Lajara, E. Sánchez-García, & L. Millán-Tudela (Eds.), *Green Supply Chain Management Practice and Principles* (pp. 219-248). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3486-7.ch011>

THE SOCIAL IMPACT OF NONPROFIT CATARACT SURGERY IN MEXICO

This article analyzes the Social Return on Investment (SROI) of cataract surgeries performed by the Mexican Institute of Ophthalmology (IMO), a nonprofit organization based in Querétaro, Mexico.

Using data from interviews conducted in 2022, the study quantifies the social and economic benefits for patients and caregivers, revealing an average return of 12 pesos for every peso invested (12:1). The results highlight significant improvements in autonomy, confidence, and reduced stress levels for beneficiaries. Even under more restrictive assumptions, the estimated SROI remains at a minimum of 2:1, increasing to 33:1 under more optimistic scenarios.

The analysis incorporates an innovative methodology that considers both patients and their caregivers, evaluating individual, paired, and cumulative outcomes. This work provides critical insights into resource optimization, transparency, and accountability in the nonprofit sector, emphasizing the complementary role of these organizations in delivering essential visual health-care services.

The study also highlights the positive effects on young female caregivers' workforce participation, promoting gender equity and economic opportunities. Finally, it underscores the value of the SROI framework for evaluating the social impact of initiatives in the healthcare sector.

EL IMPACTO SOCIAL DE LA CIRUGÍA DE CATARATAS EN MÉXICO

Este artículo analiza el retorno social de la inversión (SROI) de las cirugías de cataratas realizadas por el Instituto Mexicano de Oftalmología (IMO), una organización sin fines de lucro ubicada en Querétaro, México.

Utilizando datos de entrevistas realizadas en 2022, el estudio cuantifica los beneficios sociales y económicos para pacientes y cuidadores, revelando un retorno promedio de 12 pesos por cada peso invertido (12:1). Los resultados destacan mejoras significativas en autonomía, confianza y reducción del estrés para los beneficiarios. Incluso bajo supuestos más restrictivos, el SROI estimado se mantiene en un mínimo de 2:1, aumentando hasta 33:1 bajo supuestos más optimistas.

El análisis incluye una metodología innovadora que considera tanto a pacientes como a sus cuidadores, evaluando resultados individuales, por pares y acumulativos. Este trabajo ofrece importantes implicaciones para la optimización de recursos, la transparencia y la rendición de cuentas en el sector sin fines de lucro, subrayando el papel complementario de estas organizaciones en la provisión de servicios esenciales de salud visual.

También se destacan los efectos positivos en la participación laboral de mujeres jóvenes cuidadoras, promoviendo la equidad de género y oportunidades económicas. Finalmente, resalta la utilidad del marco SROI para evaluar el impacto social de iniciativas en el sector salud.

Benjamín Alemán-Castilla
Profesor del área de Entorno Económico
Economic Environment Department Professor

Ana Cristina Dahik Loor
Directora del Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES) Research Center on Social Responsibility Director
Profesora del área de Entorno Político y Social Political and Social Environment Department Professor

Coautores / Co-authors
Ochoa-Ramírez, Paola
López-Star, Ellery
Espinosa-Vega, Daniela
Sánchez-Huerta, Valeria

Título original / Original title
Benefit-Cost Analysis of Nonprofit Cataract Surgery Services: A Social Return on Investment Approach at the Mexican Institute of Ophthalmology

REFERENCIA | REFERENCE

Aleman-Castilla, B., Ochoa-Ramírez, P., López-Star, E., Dahik Loor, A. C., Espinosa-Vega, D., & Sánchez-Huerta, V. (2024). Benefit-Cost Analysis of Nonprofit Cataract Surgery Services: A Social Return on Investment Approach at the Mexican Institute of Ophthalmology. *Voluntas* 35, pp. 709–722. <https://doi.org/10.1007/s11266-024-00635-w>

Bernardo Sainz Martínez

Profesor del área de Entorno Político y Social

Social and Political Environment Department Professor

Ana Cristina**Dahik Loor**

Directora del Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES) Research Center on Social Responsibility Director

Profesora del área de Entorno Político y Social Political and Social Environment Department Professor

Benjamín**Alemán-Castilla**

Profesor del área de Entorno Económico

Economic Environment Department Professor

José Carlos**Rodríguez Pueblita**

Profesor del área de Entorno Económico

Economic Environment Department Professor

EVALUACIÓN DEL MODELO DE INTERVENCIÓN COLONIA SIMI: TEORÍA DE CAMBIO

Este reporte presenta un avance del proyecto de sistematización y evaluación del modelo de intervención social Colonia Simi, implementado en Lomas de San Carlos, Ecatepec. Colonia Simi busca mejorar la calidad de vida de comunidades vulnerables a través de un enfoque integral que abarca salud, educación, seguridad y dignificación de espacios públicos. Basado en investigación de campo, describe la teoría de cambio del modelo, es decir, detalla los mecanismos mediante los cuales Colonia Simi pretende la transformación de contextos de alta pobreza y rezago social mejorando.

Título original / Original title

Sistematización y Evaluación de Modelo de Intervención Colonia Simi de Fundación del Dr. Simi A.C.

Coautores / Co-authors

Pacheco Castro, Claudio Daniel

EVALUATION OF THE COLONIA SIMI INTERVENTION MODEL: THEORY OF CHANGE

This report presents progress on the project for the systematization and evaluation of the social intervention model Colonia Simi, implemented in Lomas de San Carlos, Ecatepec. Colonia Simi aims to improve the quality of life for vulnerable communities through a comprehensive approach that covers health, education, security, and the dignification of public spaces. Based on field research, it describes the theory of change of the model, that is, it details the mechanisms through which Colonia Simi seeks to transform contexts of high poverty and social backwardness by improving them.

REFERENCIA | REFERENCE

Dahik Loor, A. C., Sainz Martínez, B., Aleman-Castilla, B., Rodríguez Pueblita, J. C., & Pacheco Castro, C. D. (2024). Sistematización y Evaluación de Modelo de Intervención Colonia Simi de Fundación del Dr. Simi A.C. Modelo de Teoría de Cambio. Fundación del Dr. Simi A.C.

Ana Cristina**Dahik Loor**

Directora del Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES) Research Center on Social Responsibility Director

Profesora del área de Entorno Político y Social Political and Social Environment Department Professor

Rodrigo González Souza

Profesor del área de Dirección de Personal

Human Resources Management Department Professor

Camilo Posse**Velásquez**

Profesor del área de Dirección Financiera

Financial Management Department Professor

Coautores /

Co-authors

Navarro Evertsz, Ricardo

González Olivares, Nancy Socorro

Lloveras Guirao, Guillem

SOSTENIBILIDAD EN LA CADENA DE VALOR DEL ACEITE DE PALMA

En 2016 se crea la Certificación de Sostenibilidad denominada "Alianza por la sostenibilidad" como un esfuerzo de colaboración entre actores de la cadena de valor de aceite de palma para apoyar el desarrollo sostenible de la industria.

Los tres principales objetivos del Programa son: 1) Inclusión de pequeños palmicultores independientes, 2) Fortalecimiento de capacidades del sector en temas de sustentabilidad; 3) Promoción de la no deforestación, no turba, no explotación (NDPE). El propósito del reporte es presentar los resultados de un proyecto de investigación colaborativo.

Título original / Original title

Cadena de valor del aceite de palma en México: Una mirada desde el pequeño palmicultor

SUSTAINABILITY IN THE PALM OIL VALUE CHAIN IN MEXICO

In 2016, the Sustainability Certification called "Alliance for Sustainability" was created as a collaborative effort between actors in the palm oil value chain to support the sustainable development of the industry.

The three main objectives of the Program are: 1) Inclusion of small independent palm growers; 2) Strengthening the sector's capacities for sustainability; 3) Promotion of no deforestation, no peat, no exploitation (NDPE). The purpose of the report is to present the results of a collaborative research project.

REFERENCIA | REFERENCE

Dahik Loor, A. C., González Souza, R., Posse Velásquez, C., Navarro Evertsz, R., González Olivares, N. S., & Lloveras Guirao, G. (2024). Cadena de valor del aceite de palma en México: Una mirada desde el pequeño palmicultor. Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES).

MECANISMOS PARA INTEGRAR A PEQUEÑOS PRODUCTORES EN LA CADENA DE VALOR DEL ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE EN EL SURESTE DE MÉXICO

Este capítulo describe los resultados de un estudio cualitativo de la cadena de valor del aceite de palma en el sureste mexicano. Contribuye al conocimiento de las características que debe tener un programa de integración del pequeño productor a las cadenas de valor agroindustriales; se pudo concluir que esta cadena se ajusta a la Estructura Cautiva de la teoría de la *Global Value Chain (GVC)*. Se identificaron los eslabones que gobiernan la cadena y que, en consecuencia, deben liderar y gobernar las alianzas que busquen mejorar la sostenibilidad de la industria.

MECHANISMS TO INTEGRATE SMALL PRODUCERS INTO THE SUSTAINABLE PALM OIL VALUE CHAIN IN SOUTHEASTERN MEXICO

This chapter describes the results of a qualitative study of the palm oil value chain in southeastern Mexico. It contributes to the understanding of the characteristics that a program for integrating small producers into agro-industrial value chains should have; it was concluded that this chain fits the Captive Structure of the Global Value Chain (GVC) theory. The links that govern the chain were identified. The study proposes tools to lead and govern the alliances that seek to improve the sustainability of the industry.

En: ***Nuevas expresiones de organizacional empresarial. Revisiones para un análisis***

Ana Cristina Dahik Loor
 Directora del Centro de Investigación en Responsabilidad Social (CIRES)
 Research Center on Social Responsibility Director

Profesora del área de Entorno Político y Social
 Political and Social Environment Department Professor

Rodrigo González Souza
 Profesor del área de Dirección de Personal

Human Resources Management Department Professor

Camilo Posse Velásquez
 Profesor del área de Dirección Financiera

Financial Management Department Professor

Coautores /
 Co-authors

**González Olivares,
 Nancy Socorro**

Lloveras Guirao, Guillem

REFERENCIA | REFERENCE

Posse Velásquez, C., Dahik Loor, A. C., González Souza, R., González Olivares, N. S., & Llovera Guirao, G. (2024). Mecanismos para integrar a pequeños productores en la cadena de valor del aceite de palma sostenible en el sureste de México. En M. G. González Pérez, E. Brito Cervantes, O. G. Rojas Altamirano, S. Magaña Moya (Ed.), *Nuevas expresiones de organizacional empresarial. Revisiones para un análisis* (pp. 171 – 199). México: Folia.



**Fernanda
Canale Segovia**

Directora Adjunta del Centro
de Investigación para Familias
de Empresarios (CIFEM | BBVA)

BBVA Research Center for
Family Business Associate
Director

Profesora del área de Factor
Humano

Organizational Behavior
Professor

Coautores / Co-authors
Müller, Claudio
Laveren, Eddy
Cambré, Bart

Título original / Original title
**The role of the
family and the
institutional context for
ambidexterity in Latin
American family firms**

CONTINUIDAD Y AMBIDESTREZA ORGANIZACIONAL: EL ROL DE LA FAMILIA EMPRESARIA

Las empresas familiares deben equilibrar su enfoque e innovación en el corto y largo plazo para garantizar su continuidad intergeneracional. Este artículo explora cómo ciertos factores familiares y del contexto institucional influyen en el desarrollo de la ambidestreza organizacional en empresas familiares latinoamericanas. A través de un estudio cualitativo con 21 empresas de la región, se identificaron dos factores clave que impulsan la ambidestreza y aumentan las posibilidades de supervivencia de las empresas: la madurez familiar y la responsabilidad social familiar. La madurez familiar comprende (a) la funcionalidad de la familia empresaria, (b) la capacidad que tienen para fungir como propietarios competentes, y (c) la visión de sostenibilidad. Dicha madurez familiar permite a las familias asignar recursos estratégicamente para desarrollar capacidades que habilitan el enfoque simultáneo en el corto y largo plazo. A su vez, la responsabilidad social familiar impulsa la exploración y explotación empresarial como un compromiso con el bienestar de la comunidad y la generación de empleo. El estudio destaca además cómo el contexto institucional desafiante de América Latina obliga a las empresas a desarrollar estrategias innovadoras para superar barreras burocráticas y económicas. Estos hallazgos aportan a la literatura sobre empresas familiares al evidenciar que la interacción entre la familia y el contexto puede potenciar la capacidad de adaptación estratégica de estas organizaciones.

HOW FAMILIES DRIVE INNOVATION AND BUSINESS CONTINUITY

Family firms pursuing continuity must develop organizational ambidexterity, the ability to engage in exploration and exploitation simultaneously. Family firms must balance innovation and efficiency to ensure long-term continuity. This article examines how family and institutional factors shape organizational ambidexterity in Latin American family firms. Through a qualitative study of 21 companies, two key drivers were identified: family maturity and family social responsibility. Family maturity, encompassing functionality, ownership competence, and sustainability, enables families to strategically allocate resources to develop dynamic capabilities that drive ambidexterity. Meanwhile, family social responsibility fosters both exploration and exploitation as a commitment to community well-being and job creation. The study also highlights how the challenging institutional environment in Latin America pushes firms to develop innovative strategies to navigate bureaucratic and economic obstacles. These findings contribute to the family business literature by demonstrating that the interaction between family and context enhances the firm's strategic orientation.

REFERENCIA | REFERENCE

Canale Segovia, F., Müller, C., Laveren, E., & Cambré, B. (2024). The role of the family and the institutional context for ambidexterity in Latin American family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 15 (1). <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2023.100567>

Alfonso Bolio Arciniega

Profesor decano del área de Factor Humano

Organizational Behavior Department Retired Professor

Ricardo Aparicio Castillo

Director del Centro de Investigación para Familias de Empresarios (CIFEM | BBVA)

BBVA Research Center for Family Business Director

Profesor del área de Factor Humano

Organizational Behavior Department Professor

¿CÓMO AVANZAN LAS EMPRESAS FAMILIARES?

Todas las familias empresarias necesitan abordar y resolver una serie de temas de manera integral, para aumentar las posibilidades de trascender. En México hay pocos datos estadísticos y es por lo que desde el CIFEM |BBVA nos hemos dado a la tarea de recopilar información valiosa que nos permita apoyar a las organizaciones familiares.

El Centro de Investigación para Familias de Empresarios | BBVA del IPADE continúa con el proyecto de conocer en qué medida las familias empresarias están logrando abordar de manera adecuada los retos que tienen por ser familiares: ¿Están en vías de lograr su continuidad o en riesgo de no subsistir a mediano plazo?

A partir de la información recibida en 737 cuestionarios, durante el 2023, se ve que: solo un 3% de las empresas participantes presenta un nivel adecuado de progreso; un 45% tiene temas pendientes de resolver; otro 52% corre un riesgo serio de no subsistir debido a la acumulación de malas prácticas que, si no se corrigen, terminarán por viciar la dinámica familiar hasta el grado de su desintegración y el fracaso del negocio.

Título original / Original title

Nivel de progreso de las empresas familiares para lograr su continuidad y armonía. Reporte 2024.

HOW ARE FAMILY BUSINESSES PROGRESSING?

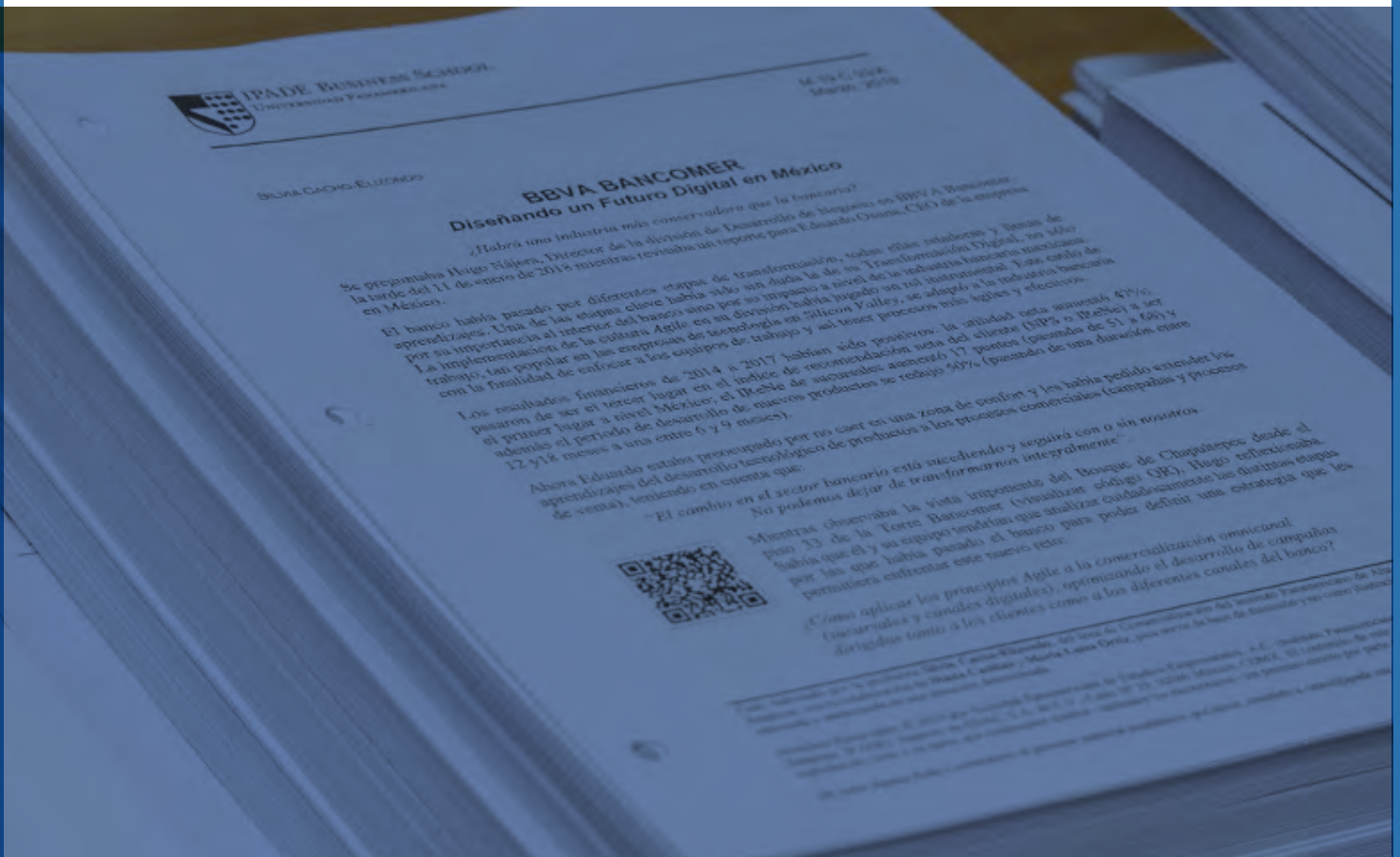
All families need to address and resolve a series of issues comprehensively, to increase the chances of continuity. In Mexico there is little statistical data, and this is why at CIFEM |BBVA we have taken on the task of collecting valuable information that allows us to help family-based organizations.

The Research Center for Business Families | IPADE's BBVA continues with the project of knowing to what extent business families are managing to adequately address the challenges they face because of being family members: Are they on track to achieve continuity or at risk of not surviving in the medium term?

Based on the information received in 737 questionnaires (during 2023): we observe that only 3% of the participating companies present an adequate level of progress; 45% have pending issues to resolve; another 52% run a serious risk of not surviving due to the accumulation of bad practices that, if not corrected, will end up vitiating the family dynamic to the point of disintegration and business failure.

REFERENCIA | REFERENCE

Bolio Arciniega A., & Aparicio Castillo, R. (2024). Nivel de progreso de las empresas familiares para lograr su continuidad y armonía. Reporte 2023. Centro de Investigación para familias de empresarios. CIFEM_BBVA.



LISTADO DE PROCEEDINGS DEL CLAUSTRO ACADÉMICO IPADE

LIST OF PROCEEDINGS OF THE IPADE ACADEMIC COUNCIL

TÍTULO / TITLE	CONFERENCIA / CONFERENCE	AUTORES IPADE / IPADE AUTHORS	COAUTORES / CO-AUTHORS	REFERENCIA /REFERENCE
Social Return on Investment (SROI) for Nonprofit Cataract Surgery Services in Latin America	International Agency for the Prevention of Blindness (IAPB). 2030 Insight Live Mexico (25-27 June)	Alemán-Castilla, Benjamín	Ochoa Ramírez, Luis Andrés Gómez Bastar, Pedro Sánchez-Huerta, Valeria Towes, Ryan; Yee Melgar, M. Arias Guerrero, Rafael López-Star, Ellery	Aleman-Castilla, B., Ochoa Ramírez, L. A., Gómez Bastar, P., Sanchez-Huerta, V., Towes, R., Yee Melgar, M., Arias Guerrero, R., & López-Star, E. (2024). Social Return on Investment (SROI) for Nonprofit Cataract Surgery Services in Latin America. <i>International Agency for the Prevention of Blindness (IAPB). 2030 Insight Live Mexico.</i>
The Impact of an Accessible Ophthalmology for All	International Agency for the Prevention of Blindness (IAPB). 2030 Insight Live Mexico	Alemán-Castilla, Benjamín	Ochoa Ramírez, Luis Andrés Ramírez Muñoz, Laura Marcela	Ochoa Ramírez, L. A., Ramírez Muñoz, L. M., & Aleman-Castilla, B. (2024). The Impact of an Accessible Ophthalmology for All. <i>International Agency for the Prevention of Blindness (IAPB). 2030 Insight Live Mexico.</i>
Yes, we comply, but do we include? The employment disability challenge	Diversity in Organizations, Communities & Nations (3-5 July). Lisboa, Portugal	Alemán-Castilla, Benjamín Mucharraz y Cano, Yvette	Dávila Ruiz, Diana CUILTY Esquivel, Karla	Aleman-Castilla, B., Mucharraz y Cano, Y., Dávila Ruiz, D., & CUILTY Esquivel, K. (2024). Yes, we comply, but do we include? The employment disability challenge. <i>Diversity in Organizations, Communities & Nations.</i>
Disability: The Invisible Quest for Acceptance	EURAM 2024 - European Academy of Management (25-28 June). Bath, UK	Alemán-Castilla, Benjamín Mucharraz y Cano, Yvette	Dávila Ruiz, Diana CUILTY Esquivel, Karla	Mucharraz y Cano, Y., Dávila Ruiz, D., Aleman-Castilla, B., & CUILTY Esquivel, K. (2024). Disability: The Invisible Quest for Acceptance. <i>EURAM 2024 - European Academy of Management.</i>
Why Founders Can Not Leave Their Company? A Mexican Perspective	IFERA 2024 Annual Conference (June 18 - 21)	Aparicio Castillo, Ricardo		Aparicio Castillo, R. (2024). Why Founders Can Not Leave Their Company? A Mexican Perspective. <i>IFERA 2024 Annual Conference.</i>
The risk of climate-induced migration. What can we learn from Tuvalu's case?	Nineteenth International Conference on Interdisciplinary Social Sciences.	Bazela, Maciej	Robinson, José Carlos	Bazela, M., & Robinson, J. C. (2024). The risk of climate-induced migration. What can we learn from Tuvalu's case? <i>The World on the Move. Nineteenth International Conference on Interdisciplinary Social Sciences.</i>
Evaluation of the intention to use a augmented reality mobile application for wine purchases	23th Marketing Trends Conference 2024. 18-20 January. Venice, Italy	Cacho-Elizondo, Silvia	Bourliataux-Lajoinie, Stéphane Rival, Yann David, Michael	Bourliataux-Lajoinie, S., Rival, Y., David, M., & Cacho-Elizondo, S. (2024). Evaluation of the intention to use a augmented reality mobile application for wine purchases. <i>23th Marketing Trends Conference 2024.</i>
New product adoption processes exploring motivations and barriers to adopt the electric car in Mexico	23th Marketing Trends Conference 2024. 18-20 January. Venice, Italy.	Cacho-Elizondo, Silvia		Cacho-Elizondo, S. (2024). New product adoption processes exploring motivations and barriers to adopt the electric car in Mexico. <i>23th Marketing Trends Conference 2024. 18-20 January. Venice, Italy.</i>
Arte Capital: Integrating Human and Artificial Intelligence to Revolutionize the World of Art	65th. NACRA North America Case Research Association. 17-19 October, Orlando, Florida.	Cacho-Elizondo, Silvia Casanueva Fernández, Antonio		Cacho-Elizondo, S., & Casanueva Fernández, A. (2024). Arte Capital: Integrating Human and Artificial Intelligence to Revolutionize the World of Art. <i>65th. NACRA North America Case Research Association.</i>

TÍTULO / TITLE	CONFERENCIA / CONFERENCE	AUTORES IPADE / IPADE AUTHORS	COAUTORES / CO-AUTHORS	REFERENCIA /REFERENCE
Rablo	65th. NACRA North America Case Research Association. 17-19 October, Orlando, Florida.	Cacho-Elizondo, Silvia Casanueva Fernández, Antonio		Casanueva Fernández, A., & Cacho-Elizondo, S. (2024). Rablo. <i>65th. NACRA North America Case Research Association</i> .
Family Influence on Ambidexterity in Low Institutional Quality Contexts: The Mediating Role of Dynamic Capabilities	IFERA Conference. Family firms leading for Impact	Canale Segovia, Fernanda	Cambré, Bart Laveren, Eddy	Canale Segovia, F., Cambré, B., & Laveren, E. (2024). Family Influence on Ambidexterity in Low Institutional Quality Contexts: The Mediating Role of Dynamic Capabilities. <i>IFERA Conference. Family firms leading for Impact</i> .
Partners and Contenders: Interdependence in the Top Management Team	84th Annual Meeting of the Academy of Management. (9-13 August)	Céspedes, German		Céspedes, G. (2024). Partners and Contenders: Interdependence in the Top Management Team. <i>84th Annual Meeting of the Academy of Management</i> .
Delisting: Strategic Considerations and Regulatory Compliance in Financial Markets	International Conference on Experimental Finance, Models and Advantages. (ICEFMA-2024)	González Núñez, Javier		Gonzalez Núñez, J. (2024). Delisting: Strategic Considerations and Regulatory Compliance in Financial Markets. <i>International Conference on Experimental Finance, Models and Advantages. (ICEFMA-2024)</i> .
Delisting: Strategic Considerations and Regulatory Compliance in Financial Markets	International Conference on Finance, Bank & Economics (ICFBE - 2024)	González Núñez, Javier		Gonzalez Núñez, J. (2024). Delisting: Strategic Considerations and Regulatory Compliance in Financial Markets. <i>International Conference on Finance, Bank & Economics (ICFBE - 2024)</i> .
Valuation Framework for Intangible Assets in the Cinema Industry	International Conference 2024 - Association for Scientific and Academic Research (ASAR)	González Núñez, Javier	Cazettes de Saint Leger, Jean Jaunet, Antoine	Gonzalez Núñez, J., Cazettes de Saint Leger, J., & Jaunet, A. (2024). Valuation Framework for Intangible Assets in the Cinema Industry. <i>International Conference 2024 - Association for Scientific and Academic Research (ASAR)</i> .
Understanding the roles of self-efficacy and conservation of resources: Towards a conceptual model of intuitive decision outcomes and its consequences	EURAM 2024 - European Academy of Management (25-28 June). Bath, UK	López Pérez, Rosa Paulina		López Pérez, R. P. (2024). Understanding the roles of self-efficacy and conservation of resources: Towards a conceptual model of intuitive decision outcomes and its consequences. <i>EURAM 2024 - European Academy of Management</i> .
Implicaciones éticas de la Inteligencia Artificial (IA) en el marketing: enfoques y aplicaciones	Conferencia Internacional ASCOLFA 2024 (25-26 September) Neiva, Colombia	Paredes Escobar, Mario	Robayo-Pinzón, Oscar Rojas-Berrío, Sandra	Paredes Escobar, M. R., Robayo-Pinzón, O., & Rojas-Berrío, S. (2024). Implicaciones éticas de la Inteligencia Artificial (IA) en el marketing: enfoques y aplicaciones. <i>Conferencia Internacional ASCOLFA 2024</i> .
Seeing more clearly with an embedded, intersectional lens: women entrepreneurship in Mexico	Geneve-Fribourg Entrepreneurship Forum	Rivera Pesquera, Ma. Martha	Moroz, Peter De Laury, Daniel	Rivera Pesquera, M. M., Moroz, P., & De Laury, D. (2024). Seeing more clearly with an embedded, intersectional lens: women entrepreneurship in Mexico. <i>Geneve-Fribourg Entrepreneurship Forum</i> .
Transforming a Commodity into a Premium Brand: Avocados from Mexico case	22nd Annual International Conference on Marketing (1-4 July). Athens, Greece	Rivera Pesquera, Ma. Martha		Rivera Pesquera, M. M. (2024). Transforming a Commodity into a Premium Brand: Avocados from Mexico case. <i>22nd Annual International Conference on Marketing</i> .

CASOS CASES

ANÁLISIS DE DECISIONES / DECISION ANALYSIS

Ibarra Garza, Alberto

- ▶ Cooperativas en México: Retos para su futuro
- ▶ Dependencia del camino: VHS versus BETAMAX

Ibarra Garza, Alberto

Llaguno Sañudo, Jorge

- ▶ Una oportunidad única (rol del comprador)
- ▶ Una oportunidad única (rol del vendedor)

COMERCIALIZACIÓN / MARKETING MANAGEMENT

Alvarado Cabrera, María Gabriela

Casanueva Fernández, Antonio

- ▶ Casa Magna en The Woodlands - Decisiones de segmentación, posicionamiento y marca

Cacho-Elizondo, Silvia

- ▶ Banorte. Plan estratégico 4-5-6 y el reto de la hiperpersonalización
- ▶ BBVA México: Enfrentando los nuevos retos de la transformación digital
- ▶ From Twitter to X. Not just a brand name change...really?

Cacho-Elizondo, Silvia

Casanueva Fernández, Antonio

- ▶ Arte Capital
- ▶ Arte Capital: Integrating Human and Artificial Intelligence to Revolutionize the World of Art
- ▶ Rablo

Cacho-Elizondo, Silvia

Casanueva Fernández, Antonio

Castellanos Rodríguez, Carlos

- ▶ Rablo: El reto de la comercialización de una solución de IA

Castellanos Rodríguez, Carlos

De la Colina Rincón, Miguel

- ▶ CEMEX Tavo: Desarrollo de la venta consultiva con apoyo de la inteligencia artificial

Chávez Solís, Carlos

Hidalgo Moreno, Gabriel

- ▶ Bimbo: Creando valor a través de la inteligencia artificial

Rivera Pesquera, Martha

- ▶ Local & Found CO.: El futuro del marketing
- ▶ Natakallam: Learn a Language, Change a Life

CONTROL E INFORMACIÓN DIRECTIVA / MANAGERIAL INFORMATION AND CONTROL

Alcántara Meléndez, Andrés

- ▶ AARFS: Retos hacia el futuro
- ▶ El desafío de SEGURMEX. Innovación y tecnología en un mercado competitivo

Alcántara Meléndez, Andrés

Casanueva Fernández, Antonio

- ▶ Casa Magna. El dilema de la expansión y la familia

Casanueva Fernández, Antonio

- ▶ Ferretería INDAR

López Pérez, Rosa Paulina

Zavala Ojeda, Mario

- ▶ Klyptor Tech: ¿innovación o control? El dilema del uso de la inteligencia artificial en el lugar de trabajo

Sánchez García, Julián

- ▶ LimpioMex: Decisiones estratégicas ante un mercado competitivo
- ▶ Pinturas Internacionales de México: La decisión de expansión

Torres Pérez, Víctor

- ▶ Andonix y PTI: Crecimiento, gestión e impacto social. Compitiendo en entornos turbulentos y de alto dinamismo

DIRECCIÓN DE OPERACIONES / OPERATIONS MANAGEMENT

Campos García, Angela

Garza Burgos, Rodrigo

- ▶ Sharp Plastics (A y B)

Orozco Leyva, Jesús

- ▶ Mezquite, S.A.
- ▶ Tesla, INC. Veinte años después

DIRECCIÓN DE PERSONAL / HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

González Souza, Rodrigo

Sancho y Maldonado, Antonio

- ▶ Marcelo Michel Leño: El camino hacia la excelencia

González Souza, Rodrigo

Vázquez Ríos, Alejandro

- ▶ Grupo Mexicano de maquinaria: retos de gestión de talento

Sancho y Maldonado, Antonio

- ▶ Nestlé México: Entregando resultados mientras nos transformamos

Sancho y Maldonado, Antonio

Vázquez Ríos, Alejandro

- ▶ “Asesoría Artificial” en materia de recursos humanos

DIRECCIÓN FINANCIERA / FINANCIAL MANAGEMENT

Chávez Solís, Carlos

Hurtado García, Francisco

- ▶ El efecto Messi

D’Kuba Chavez de Ita, Federico

Duarte Schlageter, Javier

- ▶ Grúas y maniobras (GMVYKON): Exceso de caja en dólares
- ▶ Opuntia pagos

Duarte Schlageter, Javier

Fernández Alonso, Lorenzo

- ▶ Comercializadora Mache, S.A. de C.V.

Fernández Alonso, Lorenzo

- ▶ Almería Capital (FO): Evolución y legado familiar

González Rogel, José Elías

- ▶ Bogos: El primero en la lista
- ▶ CEMEX, Manejo de las finanzas en tiempo de crisis
- ▶ Hubbub: ¿Cuánto vale escuchar a las redes sociales?

Hurtado García, Francisco

- ▶ Ganaderos asociados de Querétaro, S.A. de C.V. (GAQSA). Administración de riesgo: Calidad, ante todo

ENTORNO ECONÓMICO / ECONOMIC ENVIRONMENT

Alemán-Castilla, Benjamín

Rodríguez Pueblita, José

- ▶ Ferronales 2.0: ¿El retorno de los trenes pasajeros en México?

Calderón Barrios, César Augusto

- ▶ Prima: motor del renacimiento de la manufactura en México

Ramírez de Alba López, Rafael

- ▶ Cuando la tecnología no basta: El desafío de Apple en el sector financiero

Rodríguez Pueblita, José Carlos

- ▶ The Argentine disease

ENTORNO POLÍTICO Y SOCIAL / SOCIAL AND POLITICAL ENVIRONMENT

Bazela, Maciej

- ▶ Bio Pappel: La tarea de enfrentar la problemática ambiental en el siglo XXI (B)
- ▶ Neofascismo: El retorno de la extrema derecha y las teorías de la conspiración
- ▶ Swiss Innovation

Bazela, Maciej

Alonso Llera, Juan José

- ▶ José Andrés

Sainz Martínez, Bernardo

- ▶ Confrontando la incertidumbre: La crisis Catalana

FACTOR HUMANO / ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

Aparicio Castillo, Ricardo

Céspedes, German

- ▶ Satya Nadella in charge of Microsoft: A Story about an organizational culture transformation

Canale Segovia, Fernanda

Díez Deustua, José

Merodio Rivas, Jorge

- ▶ No se va a poder

Céspedes, German

Salcedo-Romo, Alejandro

- ▶ American Adhesives

Martí Borbolla, Luis Felipe

- ▶ Conquista tu propia montaña. Milagro mexicano en el Everest

Martínez Moreira, Raúl

Zubieta Peniche, Pablo

- ▶ Una cuestión de tráfico

Merodio Rivas, Jorge
Salcedo-Romo, Alejandro

- ▶ Am I late?

Urtuzuástegui Jiménez, Rubén
Zavala Ojeda, Mario

- ▶ Ponte Guapa

POLÍTICA DE EMPRESA / STRATEGY AND GENERAL MANAGEMENT

Beltrán Guzmán, Francisco
González Núñez, Javier

- ▶ BP Gurus: surfeando la ola de la inteligencia artificial

Beltrán Guzmán, Francisco
Meguro Yamaguchi, Javier

- ▶ Supra: Iluminando el futuro

Bolio Barajas, Ernesto

- ▶ Quality Post

Castellanos Rodríguez, Carlos

- ▶ OXXO: Keeping up the evolution of a successful business model
- ▶ Precisión Agrícola: innovando la agricultura en México

Dávila Castilla, José Antonio

- ▶ DR001
- ▶ Kekén en 2024

Fonseca Garza, Sergio

- ▶ BRICOS: Alineación Total para la profesionalización de empresas familiares (A)

González Núñez, Javier

- ▶ Capacitar a emprendedores de todo el mundo: El impacto disruptivo de Kiva en la financiación sostenible en la era digital

CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA FAMILIAS DE EMPRESARIOS (CIFEM | BBVA) / BBVA RESEARCH CENTER FOR FAMILY BUSINESS

Canale Segovia, Fernanda
Ibarra Garza, Alberto

- ▶ Alltech: Gestionando la sucesión en una empresa familiar

CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE FILOSOFÍA Y EMPRESA (CIFE) / RESEARCH CENTER FOR PHILOSOPHY AND MANAGEMENT

Armenta Pico, Alejandro

- ▶ Cuando el malestar invade el cuerpo
- ▶ Sofía
- ▶ Una carrera de fondo
- ▶ Una cita ineludible

CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA MUJER EN LA ALTA DIRECCIÓN (CIMAD) / RESEARCH CENTER FOR WOMEN IN SENIOR MANAGEMENT

**Canale Segovia, Fernanda
Mucharraz y Cano, Yvette**

- ▶ Celine Dion: ¿Una estrella que brilla?

Mucharraz y Cano, Yvette

- ▶ ¿Quién es responsable?
- ▶ Mujeres en las olimpiadas: en más de 130 años se alcanzó la paridad.
Equidad en los Juegos Olímpicos París 2024

CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN INICIATIVA EMPRESARIAL (CIE) / RESEARCH CENTER FOR BUSINESS ENTREPRENEURIAL INITIATIVE

Paredes Izaguirre, Luis

- ▶ Grupo Ben-Ci (A y B)
- ▶ Ozaru: El supervisor digital para el colaborador de primer línea
- ▶ Skala: El primer año de vida en un Startup

CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL (CIRES) / RESEARCH CENTER ON SOCIAL RESPONSIBILITY

**Carbonell López, Oscar
Dahik Loor, Ana Cristina
Hurtado García, Francisco**

- ▶ Fundación Orgcas: Buscando soluciones económicas sostenibles

Dahik Loor, Ana Cristina

- ▶ Báaxal
- ▶ Centro ecoturístico río San José
- ▶ Granjas Apampilco
- ▶ Miel del Jardín
- ▶ Pavo Down
- ▶ YOMOL ´ATEL

**Dahik Loor, Ana Cristina
Hurtado García, Francisco**

- ▶ Fondo Viwala: Llevando el financiamiento de impacto a México

**Dahik Loor, Ana
Espinosa Herrera, Jesús**

- ▶ San Juan Chamula: El lugar del mundo donde más Coca-Cola se consume

<p>CONTROL E INFORMACIÓN DIRECTIVA</p> <p>MANAGERIAL INFORMATION AND CONTROL</p>	<p>Alcántara Meléndez, Andrés Casanueva Fernández, Antonio</p> <p>► Estrategias dinámicas versus estrategias previstas</p>	<p>DIRECCIÓN FINANCIERA</p> <p>FINANCIAL MANAGEMENT</p>	<p>D’Kuba Chavez de Ita, Federico Duarte Schlageter, Javier Hurtado García, Francisco</p> <p>► Enfoque práctico sobre los fondos de capital privado en México</p> <p>► Inversión de un fondo de capital privado a una empresa objetivo</p> <p>Gutiérrez Díaz, Marcos</p> <p>► Determinación de la tarifa eléctrica en México</p> <p>Gutiérrez Díaz, Marcos Minera Sanders, Omar Antonio</p> <p>► El efecto de la capitalización de intereses: ejercicios prácticos con Cetes</p>
<p>COMERCIALIZACIÓN</p> <p>MARKETING MANAGEMENT</p>	<p>Alvarado Cabrera, Gabriela</p> <p>► El ciclo de vida del producto</p> <p>► Native Advertising, Branded Content and Brand Storytelling</p> <p>Cacho-Elizondo, Silvia</p> <p>► Generador de modelo de negocios con biointeligencia</p> <p>Cacho-Elizondo, Silvia De la Colina Rincón, Miguel</p> <p>► Mercadotecnia y ventas para emprendedores</p> <p>Cacho-Elizondo, Silvia Paredes Escobar, Mario</p> <p>► Inteligencia artificial y metaverso</p>	<p>ENTORNO ECONÓMICO</p> <p>ECONOMIC ENVIRONMENT</p>	<p>Alemán-Castilla, Benjamín Calderón Barrios, César Augusto</p> <p>► Interdependency among railway transportation and other economic sector’s groups: Analysis based on the input-output matrix for Mexico</p> <p>► Medidas estructurales de competencia económica</p> <p>Alemán-Castilla, Benjamín Rodríguez Pueblita, José</p> <p>► ¿Dónde está el talento directivo? Análisis del mercado laboral de la alta dirección en México</p> <p>Herrera Martínez, Ricardo Rodríguez Pueblita, José</p> <p>► Correlation and Causality</p> <p>► Interactions</p> <p>► Regression Analysis</p>
<p>DIRECCIÓN DE OPERACIONES</p> <p>OPERATIONS MANAGEMENT</p>	<p>Fuentes Urbietta, Francisco</p> <p>► Servicios digitales, el cómputo en la nube</p> <p>► Transformación digital, inteligencia artificial y excelencia operativa</p> <p>Orozco Leyva, Jesús Rubio Grijalva, Mónica</p> <p>► Material Requirements Planning</p>	<p>ENTORNO POLÍTICO Y SOCIAL</p> <p>SOCIAL AND POLITICAL ENVIRONMENT</p>	<p>Bazela, Maciej</p> <p>► Base científica del cambio climático</p> <p>► Límites Biofísicos de la Tierra</p> <p>De León González, Rodrigo</p> <p>► Retos del sector agropecuario en un entorno internacional con alto grado de dinamismo e incertidumbre</p>
<p>DIRECCIÓN DE PERSONAL</p> <p>HUMAN RESOURCES MANAGEMENT</p>	<p>Sancho y Maldonado, Antonio</p> <p>► Modelo integral para la gestión de la transformación organizacional</p> <p>Sancho y Maldonado, Antonio Vázquez Ríos, Alejandro</p> <p>► Sistemas de compensación y estrategia de negocio</p> <p>Vázquez Ríos, Alejandro</p> <p>► Modernizando la Dirección de Personas con inteligencia artificial</p>		

<p>FACTOR HUMANO ORGANIZATIONAL BEHAVIOR</p>	<p>Aparicio Castillo, Ricardo Céspedes, German</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Marco conceptual para analizar y mejorar el trabajo en equipo ▶ Seguridad Psicológica <p>Céspedes, German</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Confianza <p>Céspedes, German Llaguno Sañudo, Jorge Zavala Ojeda, Mario</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Gestión del cambio 1: Entendiendo el cambio ▶ Gestión del cambio 2: Diagnóstico <p>Martí Borbolla, Luis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Empoderamiento, solidaridad y reciprocidad: pilares de una sociedad cohesionada <p>Picos Moreno, Arturo Salcedo Romo, Alejandro Soto Gutiérrez, Francisco</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Marcos de referencia para la ética de empresa: Primera aproximación 	<p>POLÍTICA DE EMPRESA STRATEGY AND GENERAL MANAGEMENT</p>	<p>Beltrán Guzmán, Francisco</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Compitiendo con base en la cultura organizacional <p>Beltrán Guzmán, Francisco Meguro Yamaguchi, Javier</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Crecimiento en empresas maduras <p>Castellanos Rodríguez, Carlos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Consejos para no tropezarse por los impuestos <p>Fonseca Garza, Sergio</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Alineación para mejores resultados: ¿por dónde empezar? ▶ En el mismo tablero de ajedrez <p>González Núñez, Javier</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Abordar problemas sociales complejos y mejorar el bienestar humano con innovación y negocios sostenibles ▶ Nuevos modelos de emprendimiento
<p>CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE FILOSOFÍA Y EMPRESA (CIFE) RESEARCH CENTER FOR PHILOSOPHY AND MANAGMENT</p>	<p>Canale Segovia, Fernanda Ontiveros Llamas, Lucía Salcedo-Romo, Alejandro</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Flexibilidad y transformación en la empresa 	<p>CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL (CIRES) RESEARCH CENTER ON SOCIAL RESPONSIBILITY</p>	<p>Casanueva Fernández, Antonio Dahik Loor, Ana Sainz Martínez, Bernardo</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Fuerzas restrictivas e impulsoras de la inversión social. Evidencia de Jalisco
<p>CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA MUJER EN LA ALTA DIRECCIÓN (CIMAD) RESEARCH CENTER FOR WOMEN IN SENIOR MANAGEMENT</p>	<p>Alemán-Castilla, Benjamín</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Trabajo decente en México: Desafíos y avances hacia la igualdad de género (2005-2024) 	<p>DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y PROCESOS ACADÉMICOS (DIPA) RESEARCH AND ACADEMIC PROCESSES DEPARTMENT</p>	<p>Llaguno Sañudo, Jorge Romero McCarthy, Juan</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Sobre los casos

CONTRIBUCIONES INTELECTUALES DE IPADE BUSINESS SCHOOL EN/ IN 2024

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS OF IPADE BUSINESS SCHOOL EN/ IN 2024

286

DESARROLLO PEDAGÓGICO / PEDAGOGICAL DEVELOPMENT

87 CASOS / CASES

43 NOTAS TÉCNICAS / TECHNICAL NOTES

156 SUPPLEMENTS COUNT



56

PRODUCCIÓN ACADÉMICA / ACADEMIC PRODUCTION

19

PROCEEDINGS

12

PRESENTACIONES / PRESENTATIONS

25

ARTÍCULOS ACADÉMICOS / ACADEMIC ARTICLES

2

TESIS DE DOCTORADO

DOCTORAL THESIS



241

OTROS

(artículos, entrevistas)

OTHERS

(articles, interviews)



92

PRODUCCIÓN ORIENTADA A LA PRÁCTICA

PRACTICE-ORIENTED PRODUCTION

7 RESEARCH REPORT

73 ARTÍCULOS / ARTICLES AIS

6 LIBROS / BOOKS

6 CAPÍTULOS DE LIBROS / BOOK CHAPTERS



TOTAL: 677



Ciudad de México
Guadalajara
Monterrey

ipade.mx

