

Productos de Investigación 2007-2013

Tipo de Publicación	Número	Título
Artículos académicos en revistas indexadas en ISI o en Scopus	6	* Trujillo, C., Ekici, A., Saatcioglu, B., Blocker, C., Beckwith, C., Talukdar, D., Rosa, J., Ruth, J., Goudie-Hutton, M., Varman, H., Sridharan, S. (2012). Understanding poverty and promoting poverty alleviation through transformative consumer research. Journal of Business Research, Forthcoming.
		* Trujillo, C., Trujillo, A., Martinez, F. (2012). Validación del test de propósito vital (PIL TEST - purpose in life) para Colombia. Revista Argentina de Clinica Psicológica, Vol. 21, pp. 85-93.
		* Trujillo, C., Karelaia, N., Hogarth, R. (2012). When should i quit? Gender differences in existing competitions. Journal of Economic Behavior & Organization, Vol. 83, No.1, pp. 136-150.
		* Trujillo, C., Camacho, S. Rosa, J. Barrios, A. (2011). Low Socioeconomic Class and Consumer Complexity Expectations from New Product Technology. Journal of Business Research, Vol. 63, No.6, pp. 538-547.
		* Perez, G. (2009). Effect of a Cause-Related Marketing Campaign on Printed Media, on Disposition to help and Empathy. Advances in consumer research, Vol. 2, pp. 126-132.
		* Barrios, C. (2007). Reconciling introspective utility with revealed preference: Experimental arguments based on prospect theory. Journal of Econometrics, Vol. 138, No. 1, pp. 356-378.
Artículos académicos en revistas indexadas en otras bases	3	* Trujillo, C., Ekici, A., Saatcioglu, B., Blocker, C., Beckwith, C., Talukdar, D., Rosa, J., Ruth, J., Goudie-Hutton, M., Sridharan, S., Varman, R. (2012) Applying a Transformative Consumer Research Lens to Understanding and Alleviating Poverty. Journal of Research for Consumers, Vol. 19, pp. 1-9.
		* Veilleux, S., Ferro, L. (2010). Entrepreneuriat international - Reflexion sur la structuration d un champ d etude en emergence. Cahiers de recherche de la Chaire d entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier,
		* Trujillo, C. (2007). Building Internal Strenght, Sustainable Self Esteem and Inner Motivation as a Researcher. Journal of Research Practice, Vol. 3, No.

		1.
Libros en editoriales nacionales e internacionales	11	* Trujillo, C., Durana, V., Doler, B. (2011). Competencias directivas: corrientes y controversias. Ediciones Uniandes.
		* Mansilla, C. (2011). The effect of Geographic Definition on Market share. LAMBERT academic Publishing
		* Serna, H., Barrios, A., Castillo, M., Barrios, C. (2011). ¿Cómo medir el valor del cliente? 3R Editores
		* Barrios, C. (2010). Reconciling utility measurements through prospect theory: An experimental investigation. VDM Verlag Dr. Müller.
		* Trujillo, C., Barrios, A., Ospina, J. Estrada, C., Duran, P., Jimenez, A.(2009). Estrategias de publicidad efectivas - Casos ganadores de los premios effie 2006. Ediciones Uniandes.
		* Perez, G. (2008). The Attraction Effect under Time and Justification Conditions. Verlag Dr. Muller.
		* Ospina, J. (2008). Web-Customer Satisfaction - The Expectancy-Disconfirmation Paradigm. VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG
		* Dávila, C., Molina, L., Ospina, J., Pérez, G. (2008). Una mirada a la historia del mercadeo en Colombia. Testimonio de Enrique Luque Carulla, 1930-2006. Bogotá, Ediciones Uniandes, Facultad de Administración.
		* Burbano, A. (2008). Los Efectos de la repetición de mensajes promocionales sobre la escogencia. Ediciones Uniandes.
		* Perez, G. (2008). Las actitudes y el efecto de atracción. Universidad de los Andes - Facultad de Administración.
* Trujillo, C. (2008). Affect, Cognition and Categories in Decision Making. Verlag Dr. Muller.		
Capítulos de libro	4	* Barrios, A., Piacentini, M., Salciuviene, L. (2012). Your Life When You've Got Everything Is Different" : Forced Transformations And Consumption

		<p>Practices. En Bekk, R., Askegaard, S., Scott, L. Research In Consumer Behavior, Vol. 14, pp. 129-149.</p> <p>* Barrios, A., Rosa, A. Geiger-Oneto, S. (2012). Hope and Innovativeness: Transformative Factors for Subsistence Consumer-Merchants. En Mick, D., Pettigrew, S., Pechmann, C., Ozanne, L. Transformative Consumer Research For Personal and Collective Well-being. Routledge Academic, pp. 151-170.</p> <p>* Trujillo, C., Estrada, C. (2009). GTECH Baloto. En Estrategias de publicidad efectivas. Casos ganadores de los premios EFFIE 2006. Ediciones Uniandes, pp. 99-111.</p> <p>* Barrios, A. (2008). Caso Grupo Nacional de Chocolates. En Casos de Estrategia. Universidad de los Andes, Facultad de Administración.</p>
Reseñas de libros	1	<p>* Trujillo, C. (2008). Book Essay on Flemming Hansen and Sverre Riis Christensen (2007) Emotions, Advertising and Consumer Choice. Journal of Business Research, Vol. 61, No. 9, pp. 982-985.</p>
Reseñas por terceros	2	<p>* Moreno, Julio (2011). Book Review de: Dávila, Carlos; Molina, Luis Fernando; Pérez, Gabriel y Ospina, José (2008), Una mirada a la historia del mercadeo en Colombia, testimonio de Enrique Luque Carulla, 1930-2006. Bogotá: Ediciones Uniandes, Facultad de Administración. En: Business History Review. Vol 85, No. 4, pp. 877-879.</p> <p>* Bucheli, Marcelo (2010). Book Review de: Dávila, Carlos; Molina, Luis Fernando; Pérez, Gabriel y Ospina, José (2008), Una mirada a la historia del mercadeo en Colombia, testimonio de Enrique Luque Carulla, 1930-2006. Bogotá: Ediciones Uniandes, Facultad de Administración. En: Journal of Latin American Studies. Vol 42, No. 3, pp. 666-668.</p>
Monografías	2	<p>* Acosta, L., Perez, G.(2011). Mercadeo de Servicios: principales brechas entre la teoría y la práctica. Mejores proyectos de grado. Monografías deAdministracion, Universidad de los Andes.</p> <p>* Hernandez, L. Perez, G. (2009). Personalidad de marca y la estrategia creativa: las marcas dialogan con los creativos. Monografías deAdministracion, Universidad de los Andes.</p>
Artículos de Divulgación	6	<p>* Perez, G. (2012). Farmatodo: ¿crecer rápido o crecer más rápido?, ¿Qué opinan los expertos? Debates IESA, No. 2, pp. 89-90.</p>

		<p>* Burbano, A. (2010). Mucha investigacion de mercados, poco analisis. Portafolio, pp. 18-18.</p>
		<p>* Ferro, L., Skander, D., Préfontaine, L. (2009). How do social networks make a difference in the internationalization of high-tech SMEs?. International Journal of Entrepreneurship and Innovation, Vol.10, No. 3, pp. 201-212.</p>
		<p>* Trujillo, C. (2009). Humor, por que y para que? Efectos del humor y el involucramiento del consumidor en la comprensión de la publicidad. Revista de la asociación nacional de anunciantes de Colombia.</p>
		<p>* Barrios. A. (2009). Cómo utilizan las empresas internet?. Portafolio, No. 3258</p>
		<p>* Trujillo, C., Barrios, A., Camacho, S. (2009). Brecha Digital, un obstaculo más allá de infraestructura. Portafolio, No. 3258.</p>
		<p>* Mansilla, C. (2008). ¿Cómo vender en tiempos difíciles? Revista Dinero.</p>
Working Papers	2	<p>* Trujillo, C., Hogarth, R., Kareleaia, N. (2009). Under-Achievement and the Glass Ceiling: Evidence from a TV game show. Social Sciences Research Network (SSRN), No. 1443.</p>
		<p>* Ferro, L., Melo, A., Laureiro, D., Ospina, J., Pinilla, V. (2007). Factors Influencing Export Potential of Developing Country SMEs: a study of Colombian Firms. Galeras de Administración, No. 10.</p>
Proceedings	6	<p>* Ferro, L., Servatie, V., Fuerst, S., Escandon, D. (2011). El emprendimiento internacional un fenómeno transnacional. En Memorias XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. Cali, Abril 2011. No. 23, pp. 406.</p>
		<p>* Ospina, J., Perez, G. (2010). Advances in Marketing: Going Green - Best Marketing Practices for a Global World. A Measure of Market Orientation: Development and validation in a Different Cultural Context, pp. 282-288.</p>
		<p>* Gonzalez, G., Ospina, J. Pardo, A., Orozco, L., Robertson, C. (2009). A six Country Analysis of Employee-Supplier Perceptions of Ethical Behavior: Implications for MNC Code of Ethics in LA. En BALAS The Business Association of Latin American Studies. Innovation and Wealth Creation in LA.</p>

		<p>* Ferro, L., Skander, D., Préfontaine, L. (2008). L'évolution du contrôle exercé par les parties en fonction de la confiance dans le cadre des relations de PPP. XVIIe Conférence de l'AIMS, pp. 1-25.</p> <p>* Ferro, L., Skander, D., Préfontaine, L. (2008). Le rôle des réseaux dans l'internationalisation de la PME de haute technologie (PME-HT): Le cas de la Colombie. 9th Congrès international francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFPME2008.</p> <p>* Ferro, L. (2007). Le rôle des réseaux sociaux dans l'entrepreneuriat international : une analyse comparée entre la Colombie et le Canada. Tutorat doctoral du congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat.</p>
Casos	4	<p>* Perez, G., Barrios, C. Serna, H. (2008). Caso virtual Juan Valdez. Casos virtuales, Facultad de Administración, Universidad de los Andes,</p> <p>* Serna, H., Barrios, A. (2009). Caso: Interconexión Electrica S.A-Internexa. Casos virtuales, Facultad de Administración, Universidad de los Andes, No.10</p> <p>* Serna, H., Barrios, A. (2008). ISA Perú. Casos virtuales, Facultad de Administración, Universidad de los Andes.</p> <p>* Sanabria, J. Barrios, A. (2007). Caso Grupo Nacional de Chocolates. Casos virtuales, Facultad de Administración, Universidad de los Andes, No. UAADCE006.</p>