

# Sandra Rojas-Berrio

## List of Publications by Year in descending order

Source: <https://exaly.com/author-pdf/2944733/publications.pdf>

Version: 2024-02-01

36  
papers

54  
citations

1937685

4  
h-index

1872680

6  
g-index

40  
all docs

40  
docs citations

40  
times ranked

37  
citing authors

| #  | ARTICLE  | IF   | CITATIONS |
|----|--|------|-----------|
| 1  | Lovemark effect: analysis of the differences between students and graduates in a love brand study at a public university. <i>Innovar</i> , 2020, 30, 43-56.  | 0.4  | 7         |
| 2  | Adoption of E-commerce in SMEs: the Colombian Case. <i>Journal of Telecommunications and the Digital Economy</i> , 2021, 9, 110-135.   | 0.6  | 6         |
| 3  | Evoluci3n del marketing experiencial: una aproximaci3n te3rica a su definici3n - Revisi3n Sistem3tica de Literatura. <i>Entramado</i> , 2020, 16, 94-107.  | 0.3  | 6         |
| 4  | Buying behaviour and symbolic consumption of food and alcoholic beverages among people with religious affiliations in Bogota, Colombia. <i>International Journal of Consumer Studies</i> , 2018, 42, 599-612.    | 11.6 | 5         |
| 5  | Modelo de simbiosis para el turismo en La Macarena, Colombia. <i>Impacto de la paz en Ca3o Cristales. Logos Ciencia &amp; Tecnolog3a</i> , 2020, 12, .   | 0.1  | 4         |
| 6  | Does excessive use of smartphones and apps make us more impulsive? An approach from behavioural economics. <i>Heliyon</i> , 2021, 7, e06104.   | 3.2  | 3         |
| 7  | Factors Influencing 4.0 Technology Adoption in Manufacturing SMEs in an Emerging Country. <i>Journal of Small Business Strategy</i> , 2022, 32, .  | 1.4  | 3         |
| 8  | Alcance y gesti3n de la huella de carbono como elemento dinamizador del branding por parte de empresas que implementan estas pr3cticas ambientales en Colombia. <i>Estudios Gerenciales</i> , 2016, 32, 278-289. | 0.5  | 2         |
| 9  | Citizen experience in public transport: A systematic review and future research agenda. <i>International Journal of Consumer Studies</i> , 2022, 46, 540-557.  | 11.6 | 2         |
| 10 | Percepci3n de la calidad y satisfacci3n de la elecci3n de los estudiantes de primer semestre en la Facultad de Ciencias Econ3micas de la Universidad Nacional de Colombia. <i>Poliantea</i> , 2013, 8, .         | 0.1  | 2         |
| 11 | Los procesos de internacionalizaci3n en las pymes:reflexi3n desde diferentes perspectivas. <i>Poliantea</i> , 2013, 9, 53-70.  | 0.1  | 2         |
| 12 | Percepci3n de una marca amor. Caso de la Universidad Nacional de Colombia. <i>Econ3micas CUC</i> , 2019, 40, 117-138.  | 0.4  | 2         |
| 13 | Service quality for continuing higher education in online learning environments. <i>Entramado</i> , 2018, 14, 22-34.   | 0.3  | 2         |
| 14 | BURNOUT ACAD3MICO: IMPACTO DE LA SUSPENSI3N DE ACTIVIDADES ACAD3MICAS EN EL SISTEMA DE EDUCACI3N P3BLICA EN COLOMBIA. <i>Panorama</i> , 2021, 15, 158-175.   | 0.2  | 1         |
| 15 | Uso del mercadeo estrat3gico en las Mipymes de Bogot3. <i>Poliantea</i> , 2013, 7, .   | 0.1  | 1         |
| 16 | Consumiendo: introducci3n al consumo y al consumidor colombiano. <i>Punto De Vista</i> , 2013, 1, .  | 0.1  | 1         |
| 17 | Influencia de la inversi3n en capacidades cient3ficas en los resultados de generaci3n de nuevo conocimiento en Am3rica, Europa y Asia. <i>Punto De Vista</i> , 2015, 5, .  | 0.1  | 1         |
| 18 | Identificaci3n de calidad del servicio de gas domiciliario en Atl3ntico, Valle del Cauca y Bogot3, partiendo de peticiones, quejas y reclamos. <i>Libre Empresa</i> , 2016, 13, 11-26.                           | 0.0  | 1         |

| #  | ARTICLE   | IF  | CITATIONS |
|----|---|-----|-----------|
| 19 | Revisi3n sistemmtica de la literatura en Administraci3n (Systematic Literature Review in Management). SSRN Electronic Journal, 0, , .   | 0.4 | 1         |
| 20 | Gerencia y gesti3n de marcas propias en Colombia: notoriedad de marca, factores de comercializaci3n y posicionamiento en el canal tradicional. Cuadernos Latinoamericanos De Administraci3n, 2017, 13, 27-39.   | 0.1 | 1         |
| 21 | Influencia del empaque en compras de caf3 en marcas propias. I+D Revista De Investigaciones, 2019, 13, 73-81.   | 0.1 | 1         |
| 22 | Reflexi3n en torno a la econom3a de la salud: ¿es posible la concepci3n neocl3sica?. Panorama, 2013, 4, .   | 0.2 | 0         |
| 23 | Oportunidades de desarrollo de comunidades de investigaci3n mediante la aplicaci3n de la met3fora biol3gica. Punto De Vista, 2013, 3, .   | 0.1 | 0         |
| 24 | Nivel de apropiaci3n del Internet y nuevas tecnolog3as en las Pymes colombianas exportadoras o potencialmente exportadoras. Punto De Vista, 2013, 2, .  | 0.1 | 0         |
| 25 | Aproximaciones conceptuales y pr3cticas para el c3lculo aplicado del costo de capital promedio ponderado WACC, para empresas colombianas, que no cotizan en bolsa de valores, y pertenecen al sector regulado para la actividad de transporte de GLP. Poliantea, 2013, 6, . | 0.1 | 0         |
| 26 | Perspectivas de medici3n orientadas al mercado: revisi3n metodol3gica.. Panorama, 2013, 2, .  | 0.2 | 0         |
| 27 | Organizational design of research results transfer offices: systematic revision of the literature. Punto De Vista, 2014, 5, .   | 0.1 | 0         |
| 28 | Comparison of commercial management practices in higher education institutions based on the differences between the marketing and admissions managers and the students in the process of choosing a professional career perception. Libre Empresa, 2017, 14, 13-31.         | 0.0 | 0         |
| 29 | Uso de sistemas de gesti3n de relaciones con clientes: evidencias de Instituciones de Educaci3n Superior en Colombia. Libre Empresa, 2017, 14, 241-252.   | 0.0 | 0         |
| 30 | Uso de sistemas de gesti3n de relaciones con clientes: evidencias de Instituciones de Educaci3n Superior en Colombia. Libre Empresa, 2017, 14, 241-252.   | 0.0 | 0         |
| 31 | Comparison of commercial management practices in higher education institutions based on the differences between the marketing and admissions managers and the students in the process of choosing a professional career perception. Libre Empresa, 2017, 14, 13-31.         | 0.0 | 0         |
| 32 | Caracter3sticas para una plataforma de informaci3n dirigida a profesionales que desean vivir y trabajar en el exterior basada en marketing experiencial y dise±o de servicios. Poliantea, 2017, 13, 63.   | 0.1 | 0         |
| 33 | Propuesta de un modelo ecosist3mico para la cadena productiva de la coca con fines alternativos en Colombia. Logos Ciencia & Tecnolog3a, 2018, 10, .  | 0.1 | 0         |
| 34 | Evaluaci3n de la l3gica dominante del servicio para el caso de los seguros de autom3viles en Colombia. CLIO Am3rica, 2018, 12, 62.  | 0.2 | 0         |
| 35 | EVALUACI3N DE LA ADOPCION DEL MARKETING DIGITAL EN LAS MICRO PYMES Y PYMES DE SERVICIOS DE COLOMBIA. Logos Ciencia & Tecnolog3a, 2019, 11, .  | 0.1 | 0         |
| 36 | Characterization of the Purchase Decision Process in the Category of Individual Life Insurance with Savings. International Journal of Industrial Engineering and Management, 2019, 10, 269-283.   | 2.0 | 0         |