

Montoya-Restrepo, Luz A

List of Publications by Year in descending order

Source: <https://exaly.com/author-pdf/4739491/publications.pdf>

Version: 2024-02-01

42
papers

213
citations

1478505

6
h-index

1281871

11
g-index

44
all docs

44
docs citations

44
times ranked

167
citing authors

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	Efectos de la COVID-19 en la actividad física y deportiva: un estudio bibliométrico. <i>Lecturas Educación Física Y Deportes</i> , 2022, 26, 184-205.	0.0	2
2	Momento de la decisión estratégica: caso de estudio en el sector textil. <i>Revista CEA</i> , 2022, 8, e1878.	0.4	0
3	Negocios inclusivos. Un modelo de metáfora biológica para el sector agropecuario. <i>Retos: Revista De Ciencias De La Administración Y Economía</i> , 2022, 12, 25-44.	1.3	3
4	Exploring marketing control mechanisms from a strategy perspective. <i>Marketing Intelligence and Planning</i> , 2022, 40, 639-655.	3.5	2
5	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
6	La competitividad turística. Una aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia. <i>Tendencias</i> , 2021, 22, 226-253.	0.3	1
7	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
8	Neuroeconomía: una revisión basada en técnicas de mapeo científico. <i>Revista De Investigación, Desarrollo E Innovación</i> , 2021, 11, 243-260.	0.8	18
9	BURNOUT ACADÉMICO: IMPACTO DE LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS EN EL SISTEMA DE EDUCACIÓN PÚBLICA EN COLOMBIA. <i>Panorama</i> , 2021, 15, 158-175.	0.2	1
10	A Study of Cognitive Results in Marketing and Finance Students. <i>Simulation and Gaming</i> , 2020, 51, 666-684.	1.9	1
11	Lovebrand 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
12	The tree of science of deliberate and emergent strategies. <i>IIMB Management Review</i> , 2020, 32, 413-433.	1.4	3
13	Modelo de simbiosis para el turismo en La Macarena, Colombia. <i>Impacto de la paz en Caño Cristales. Logos Ciencia & Tecnología</i> , 2020, 12, .	0.1	4
14	Percepción de una marca amor. Caso de la Universidad Nacional de Colombia. <i>Económicas CUC</i> , 2019, 40, 117-138.	0.4	2
15	Deliberate Strategy Deconstructing Event for the Arising of the Emergent Strategy. <i>Journal of Engineering and Applied Sciences</i> , 2019, 14, 8452-8463.	0.2	2
16	Marketing simbólico. Una aproximación al concepto desde una revisión teórica. <i>Semestre Económico</i> , 2019, 22, 103-126.	0.3	1
17	Methodological proposal for the analysis and measurement of sensory marketing integrated to the consumer experience. <i>DYNA (Colombia)</i> , 2018, 85, 54-59.	0.4	7
18	Strategic decision-moment: Beer game comparison between two colombian universities. <i>International Journal of Management Education</i> , 2018, 16, 504-514.	3.9	2

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. Gestión Y Ambiente, 2018, 21, 99-109.	0.1	7
20	Propuesta de un modelo ecosistémico para la cadena productiva de la coca con fines alternativos en Colombia. Logos Ciencia & Tecnología, 2018, 10, .	0.1	0
21	Behind the likes, content and brand on Instagram. Suma De Negocios, 2018, 9, 17-24.	0.2	1
22	Herramientas estratégicas para la propuesta de modelo de cadena productiva forestal para Arauca, Colombia. Orinoquia, 2018, 22, 172-188.	0.1	1
23	Estudios de rendimiento en las empresas de familia. Una nueva perspectiva. Estudios Gerenciales, 2017, 33, 76-86.	0.5	9
24	La confianza como elemento fundamental en las compras a través de canales de comercio electrónico. Caso de los consumidores en Antioquia (Colombia). Innovar, 2017, 27, 11-22.	0.4	11
25	Design and validation of the financial cost of the chronic illness care survey. Salud Uninorte, 2017, 33, 355-362.	0.2	4
26	El momento de la decisión desde la perspectiva de estrategias deliberadas y emergentes. AD-minister, 2017, , 93-114.	0.9	5
27	Gestión del Conocimiento en Cadenas Productivas: El Caso de la Cadena Láctea en Colombia. Información Tecnológica (discontinued), 2016, 27, 93-106.	0.3	19
28	Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. Intangible Capital, 2016, 12, 881.	0.9	32
29	Metodología de evaluación de brand equity bajo la perspectiva de las comunicaciones integradas de marketing y el Lovemark. Punto De Vista, 2016, 6, .	0.1	1
30	Compromiso Ambiental Universitario. El caso de la Sede Bogotá de la Universidad Nacional de Colombia. Ambiente Y Desarrollo, 2016, 20, 21.	0.1	0
31	Análisis de las oportunidades de aumento de consumo de carne de pavo (Meleagris gallopavo) en Colombia. Suma De Negocios, 2015, 6, 183-193.	0.2	2
32	Lessons from collaborative governance and sociobiology theories for reinforcing sustained cooperation: a government food security case study. Public Health, 2015, 129, 916-931.	2.9	5
33	Comprensión del concepto de emergencia, desde el aporte de Holland, Kauffman y Andrade. Innovar, 2015, 25, 27-44.	0.4	3
34	Oportunidades para la actividad cacaofera en el municipio de Tumaco, Nariño, Colombia. Entramado, 2015, 11, 48-59.	0.3	7
35	Future scenarios for the brand name phytosanitary agrochemical industry in the floriculture of Bogotá. Revista Facultad Nacional De Agronomía Medellín, 2015, 68, 7743-7753.	0.5	0
36	Análisis de las decisiones estratégicas: caso UNE EPM Telecomunicaciones. Revista Facultad De Ciencias Económicas, 2014, 23, 267.	0.3	0

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
37	La formaci3n de estrategias deliberadas y emergentes: una propuesta a partir de definiciones b3sicas de una metodolog3a de sistemas suaves. Revista Facultad De Ciencias Econ3micas, 2013, 21, 67.	0.3	6
38	Aplicaci3n de la met3fora biol3gica para el desarrollo de formas organizativas en la integraci3n empresarial. Revista Facultad De Ciencias Econ3micas, 2012, 20, 43-54.	0.3	2
39	La met3fora organizacional: alternativa de entendimiento procedente de otras ciencias. Revista Facultad De Ciencias Econ3micas, 2009, 18, 75-86.	0.3	6
40	Los ciclos de competencias para el desarrollo de procesos de cooperaci3n local. Revista Escuela De Administracion De Negocios, 2008, , 139-162.	0.2	0
41	Neuromarketing: Its current status and research perspectives. Estudios Gerenciales, 0, , 525-539.	0.5	26
42	Revoluciones industriales y modelos de gesti3n de agronegocios en Colombia. , 0, , 19-30.		0