

Carta Editorial Volumen 25-Nº2

Revista FACE - Universidad de Pamplona

En esta nueva edición de la revista FACE, nos complace presentar una valiosa colección de investigaciones que abordan, desde diversas ópticas, la complejidad del comportamiento del consumidor contemporáneo, con especial énfasis en las generaciones Z y Alfa. Las temáticas giran en torno al marketing digital sostenible, la creatividad en el arte visual, el consumo ético y la responsabilidad en la toma de decisiones de compra. Estas propuestas aportan perspectivas innovadoras al campo de las ciencias económicas y administrativas desde contextos latinoamericanos, particularmente México, Chile y Argentina. A partir de lo anterior, se evidencia un creciente interés por comprender cómo las nuevas generaciones moldean los mercados a través de decisiones más conscientes, responsables y sostenibles. Estudios como los relacionados con el consumo de prendas de vestir, helados o golosinas enriquecen el debate sobre la percepción del valor, la satisfacción y la imagen corporativa. Asimismo, los análisis comparativos permiten identificar patrones diferenciados por país y cultura, otorgando una visión más amplia sobre el marketing sustentable y la gestión del conocimiento como catalizadores de innovación.

En consecuencia, la sostenibilidad no solo se posiciona como una exigencia ambiental, sino también como un imperativo ético y estratégico en la gestión pública y privada. Prueba de ello son los trabajos sobre turismo responsable, uso de recursos naturales, e implementación de índices de sostenibilidad en entes descentralizados, así como las reflexiones en torno a fenómenos urbanos como la gentrificación y la turistificación. Estas contribuciones demuestran la capacidad de la academia para ofrecer soluciones aplicadas a problemáticas reales y contemporáneas.

Finalmente, invitamos a nuestros lectores a profundizar en estos estudios, que no solo enriquecen el campo académico, sino que también ofrecen herramientas concretas para la toma de decisiones en entornos empresariales y gubernamentales. La articulación entre conocimiento, sostenibilidad y creatividad sigue siendo el eje transformador de nuestras sociedades. Desde la Universidad de Pamplona-Colombia, reiteramos nuestro compromiso con la difusión del pensamiento científico que aporte a un desarrollo más equitativo, ético y sostenible para América Latina.

Javier Mauricio García Mogollón. P.hD

Editor en Jefe

Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Pamplona
Colombia