

Fecha de presentación:

FORMULARIO PARA LA PRESENTACION DE PROYECTOS DE INVESTIGACION
--

Unidad académica de origen del proyecto:

1.)

Área de conocimiento¹: Ciencias Económicas, Negocios y Management

Área temática²: Marketing Estratégico

Campo de aplicación o de investigación interdisciplinario³: Ciencias Económicas, Negocios y Management.

Línea de investigación⁴: Estrategias empresariales en relación a la sustentabilidad y tecnologías 4.0.

Estudio del sector vitivinícola argentino en relación al desarrollo sustentable y su comparativo con Rumania y Moldavia (Europa del Este).

¹ Rama o campo de estudio de una ciencia sobre la cual se realizan la docencia y la investigación. Específicamente en UCES hay una variedad de disciplinas que convergen con evolución de los distintos proyectos de investigación, generados desde el cruce de saberes de las unidades académicas y los institutos de UCES y son: Ciencias de la Salud; Ciencias Sociales y Humanas y, Ciencias Económicas, negocios y management.

² relación del abordaje mono o interdisciplinario

³ La definición de problemas concretos y del trabajo colaborativo se enmarcan en diferentes campos de aplicación específicos.

⁴ Estos campos de investigación a su vez incluyen líneas y sublíneas de investigación correspondientes a un tema o problemática específica de investigación. Sobre las líneas o sublíneas de investigación se inscriben proyectos de investigación individuales o colectivos. Su fin primordial es el de señalar y delimitar el tema o problemática de interés de un investigador; un centro o un grupo de investigación.

Sublínea de investigación (si aplica): Sustentabilidad y tecnologías 4.0 en la industria vitivinícola argentina.

2.) Título del Proyecto: “Percepciones, conductas y expectativas de los gerentes de empresas vitivinícolas en Rumania, Argentina y Moldavia en relación a la utilización de prácticas de desarrollo sustentable y el uso de tecnologías más modernas de elaboración”.

3.) Entidades Participantes⁵

Entidad:⁶ University of Transilvania (Rumania) y Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (Argentina).

Tipo de vinculación: acuerdo de intercambio de profesores visitantes y líneas de investigación conjuntas.

Descripción de la vinculación: El proyecto de investigación se enmarca en el acuerdo de intercambio de profesores que entre sus fines promueve el trabajo conjunto en áreas de investigación referidas a estrategias de negocios y desarrollo de negocios internacionales que derive en la publicación conjunta de artículos académicos.

4.) Responsables: Profesoras Anca Madar (PhD)

4.1.) Director del Proyecto:

Apellido y Nombre⁷: Codirección Prof. Anca Madar por la Universidad Transilvania (Rumania) y Prof. Elda Llamas por la UCES (Argentina).

Lugar Principal de Trabajo⁸: Argentina (Prof. Elda Llamas), Rumania (Prof. Anca Madar).

⁵ Se refiere además de UCES:

⁶ Nombre si es una entidad científica o Razón Social si se refiere a una empresa.

⁷ Anexar CV actualizado

⁸ En función de las horas semanales dedicadas.

Funciones⁹: Diseño de la investigación, relevamiento de la información (fuentes secundarias y primarias a través de entrevistas en profundidad), análisis local y comparativo para extraer conclusiones finales y elaborar el artículo académico con los resultados de la investigación. Las profesoras de Rumania coordinarán la publicación del artículo en una revista académica digital europea a definir.

Dedicación¹⁰ sep/2018 a dic/2018

4.2.) Co-director del Proyecto:

Apellido y Nombre¹¹: Prof. Elda Llamas (Argentina)

Lugar Principal de Trabajo¹²: Argentina

Funciones¹³: Diseño de la investigación para Argentina, relevamiento de la información (fuentes secundarias y primarias a través de entrevistas en profundidad), análisis local y comparativo para extraer conclusiones finales y redacción de artículo académico conjunto con los participantes de la Universidad de Transilvania. Traducción del artículo en inglés al español.

Dedicación¹⁴ noviembre 2018 a febrero 2019

5.) Antecedentes del Equipo de Investigación

Prof. GABRIEL BRĂTUCU, Ph.D.– Decano

Graduado en la Facultad de Comercio, Academia de Estudios económicos, Bucharest (1989), Doctor en Economía, especializado en Marketing (1995), Profesor (2002), Tutor de doctorandos (2005). Coordinador de estudios avanzados e investigación de la Maestría

“Políticas de Marketing y Estrategias”. Coordinador de la Maestría “Marketing Comercial” (2008), editor senior de la revista científica “Buletyn of Transilvania University of Brasov. Serie V. Ciencias Económicas”. Miembro de la Asociación de

⁹ Se refiere a las funciones que desarrollará para monitorear, dirigir y evaluar la marcha del Programa.

¹⁰ Expresado en Horas Semanales dedicadas a la labor de gestionar el Programa.

¹¹ Anexar CV actualizado

¹² En función de las horas semanales dedicadas.

¹³ Se refiere a las funciones que desarrollará para monitorear, dirigir y evaluar la marcha del Programa.

¹⁴ Expresado en Horas Semanales dedicadas a la laboral de gestionar el Programa.

Economistas de Rumania (AGER), Miembro del Club Social de Economistas de Brasov (CEB). Autor y co-autor de 20 libros ISBN, siete textos universitarios y más de 200 artículos.

Assoc. Prof. ANCA MADAR, Ph. D

Graduada en la Facultad de Comercio, AES, Bucarest (1986), Doctora en Economía especializada en Ciencia de los Commodities, AES, Bucarest (2003). Prof. Asoc. Y Coordinadora de Cursos en las disciplinas “Fundamentos de Ciencias de los Commodities”, “Ciencias de Commodities no-Alimentarios”, “Expertise en Merchandising”, “Management de Servicios de Calidad”. Pasante en Especialización y Documentación en la Universidad de Trier y la Universidad de Bochum, Alemania. Autor y coautor de más de 50 artículos publicados en revistas especializadas, asistió a más de 30 conferencias nacionales e internacionales.

Assoc. Prof. NICOLETA NEACȘU, Ph.D.

Economista recibida en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Transilvania en Brasov (1997), estudios de post-grado en el campo del marketing, doctorada en AES, Bucarest. Actividad científica y académica en los siguientes campos: Protección del Consumidor y Seguridad Alimentaria. Autor y co-autor de cinco libros especializados publicados por reconocidas editoriales. Coordinadora de las siguientes asignaturas: Protección del Consumidor, Commodities Alimenticios y Transporte Internacional y Seguros. Etapas de documentación en la Universidad Bochum en Alemania.

Assoc. Prof. OANA BĂRBULESCU, Ph.D.

Licenciaturas en Economía y Leyes obtenidas en la Universidad de Transilvania en Brasov. Doctora en Economía. Especialización en Relaciones Económicas Internacionales obtenida en la Academia de Estudios Económicos (AES), Bucarest. Actualmente es profesora conferencista (lecturer), coordinadora de las asignaturas: Pagos Internacionales y Finanzas y Leyes de Comercio Internacionales de la licenciatura. Coordina asimismo las asignaturas Contratos Comerciales y Arbitrajes en el nivel de maestría. Autora de cuatro libros publicados y más de 30 artículos presentados en eventos nacionales e internacionales y publicados en revistas especializadas. Fue profesora invitada como parte de un acuerdo de intercambio a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Prof. Elda Llamas (Mg).

Licenciada en Comercialización graduada en la Universidad Argentina de la Empresa. Obtuvo el título de Magister en Gestión de Diseño en la Universidad de Palermo (2010). Experiencia profesional de 15 años en gerenciamiento de marcas, publicidad e investigación de mercado. Profesora universitaria con trayectoria académica en administración de empresas, marketing y diseño. Profesora adjunta de la asignatura Estrategias de Marketing en la licenciatura en administración de empresas de la Facultad de Ciencias Económicas (UCES); profesora titular de la asignatura Productos y Servicios en la licenciatura en marketing (UCES). Ha publicado diversos artículos sobre procesos de construcción de marcas en revistas de diseño y comunicación. Dictó diversas conferencias sobre el tema en congresos y jornadas profesionales.

Prof. María Angélica Sáez (Mg.)

Licenciada en Comercialización (UADE). Magister en Marketing (Universidad de El Salvador). Directora organizadora de EDUCAL.
Asesora del proyecto en metodología de la investigación.

Prof. María del Carmen García (Mg.)

Directora de la Licenciatura en Administración de Empresas (UCES)
Licenciada en Administración de Empresas (Universidad Nacional del Litoral)
Magister en Marketing (Universidad de Navarra, España).

Dr. Eduardo Gherzi

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas (UCES)
Contador Público Nacional

6.) Problema y Justificación

El presente proyecto de investigación es una propuesta de investigación conjunta con la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Transilvania (Rumania) –en el marco del acuerdo de cooperación entre ambas universidades- y se enmarca en la propuesta y objetivos planteados por dicha universidad.

El eje de la investigación gira en torno al desarrollo sustentable y el uso de tecnologías más modernas en la elaboración de vinos como parte de las

estrategias empresariales de la industria vitivinícola en Argentina. La Universidad de Transilvania abordará en paralelo idéntica temática en Rumania y Moldavia.

En el escenario mundial, los desafíos que enfrenta la industria vitivinícola están fuertemente ligados al impacto que ejercen los factores ambientales. El deterioro del medio ambiente, el calentamiento global, la escasez de recursos y los problemas energéticos son algunos de los tantos trastornos que enfrenta la vitivinicultura a nivel global.

En respuesta a dicha problemática, los principales productores de vino como Italia, que lidera el ranking mundial en la producción de vinos; España, que se ubica en tercer lugar –ambos países en el marco de las reglamentaciones de la Unión Europea-; al igual que Estados Unidos, que es el cuarto productor mundial; y Australia, que se ubica en quinto lugar a nivel global, han adoptado diversas iniciativas de desarrollo sustentable.

Table 1: Wine production (excluding juice and musts) (1)

Unit: mhl	2013	2014	2015	2016 Provisional	2017 Forecast	2017/2016 Variation in volume	2017/2016 Variation in %	Ranking
Italy	54.0	44.2	50.0	50.9	39.3	-11.6	-23%	1
France	42.1	46.5	47.0	45.2	36.7	-8.5	-19%	2
Spain	45.3	39.5	37.7	39.3	33.5	-6.8	-15%	3
United States (2)	24.4	23.1	21.7	23.6	23.3	-0.3	-1%	4
Australia	12.3	11.9	11.9	13.1	13.9	0.8	6%	5
Argentina	15.0	15.2	13.4	9.4	11.8	2.4	25%	6
China*	11.8	11.6	11.5	11.4	11.4	0.0	0%	7
South Africa	11.0	11.5	11.2	10.5	10.8	0.3	2%	8
Chile	12.8	9.9	12.9	10.1	9.5	-0.7	-6%	9
Germany	8.4	9.2	8.9	9.0	8.1	-0.9	-10%	10
Portugal	6.2	6.2	7.0	6.0	6.6	0.6	10%	11
Russia*	5.3	4.9	5.6	5.6	5.6	0.0	0%	12
Romania	5.1	3.7	3.6	3.3	5.3	2.1	64%	13
Brazil	2.7	2.6	2.7	1.3	3.4	2.1	169%	14
Hungary	2.6	2.4	2.8	2.8	2.9	0.1	3%	15
New Zealand	2.5	3.2	2.3	3.1	2.9	-0.3	-9%	16
Greece	3.3	2.8	2.5	2.6	2.5	-0.1	-5%	17
Serbia*	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	0.0	0%	18
Austria	2.4	2.0	2.3	2.0	2.4	0.4	23%	19
Moldova	2.6	1.6	1.6	1.5	1.8	0.3	20%	20
Bulgaria	1.7	0.7	1.3	1.2	1.2	0.0	-2%	21

Fuente: Organisation Internationale de la Vigne et du Vin

En el plano de las instituciones que representan a las empresas de la industria, la FIVS -Asociación Internacional de la Industria del Vino- reconoce los principios de desarrollo sustentable y la preocupación por la sustentabilidad se convierte en un tema central de las estrategias empresariales de la industria. En línea con esta preocupación, Bodegas de Argentina AC –cámara empresarial conformada en un 70% por pequeñas bodegas que nuclea a las principales bodegas argentinas- cuenta con una comisión de sustentabilidad que ha creado un Protocolo de

Autoevaluación de Sustentabilidad con el fin de concientizar y colaborar con el sector en la adopción de prácticas de desarrollo sustentable.

Por otra parte, el uso de tecnologías más modernas de elaboración de vinos enmarcadas en las prácticas que se conocen bajo la denominación Tecnologías 4.0, empiezan a constituirse en un factor clave para mejorar la competitividad.

El concepto de Tecnología 4.0 o Industria 4.0, término originalmente acuñado en Alemania, se refiere al uso de tecnologías más modernas de fabricación que se conocen como la cuarta revolución industrial. Dicho proceso de modificación tecnológica se centra en la transformación digital de la cadena de valor de la industria mediante la automatización en un sentido amplio que enfatiza la importancia de la digitalización y coordinación cooperativa de las unidades productivas a partir de la puesta en marcha de un gran número de “fábricas inteligentes” (o “*smart factories*”) interconectadas por medio de internet.

En ese escenario, Argentina ocupa el sexto lugar como productor de vinos, Rumania el décimo tercer lugar y Moldavia el vigésimo lugar. Tratándose de países emergentes que se ven afectados por las transformaciones de la industria y las tendencia a nivel mundial, resulta de interés indagar acerca de las percepciones, prácticas y expectativas de los directivos de las empresas del sector en relación al desarrollo sustentable y la utilización de tecnologías más modernas de elaboración.

Conocer la importancia asignada, la adopción de prácticas de desarrollo sustentable y el uso de tecnologías 4.0, al igual que las perspectivas que vislumbran para el futuro las empresas del sector, resulta de interés al tratarse de un factor clave que repercute sobre la competitividad en el mercado global.

Marco teórico

Sustentabilidad:

Basado en el Informe Brundland (1987) por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo para la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el concepto de *desarrollo sustentable* contempla alcanzar los objetivos económicos de una organización haciendo una administración eficiente de los recursos naturales, preservando el medio ambiente y contribuyendo al bienestar social.

Tecnología 4.0:

En línea con la administración eficiente de recursos, el concepto de *Tecnología 4.0* (o Industria 4.0) corresponde a una nueva manera de organizar los medios de producción para alcanzar mayor eficiencia, enfatizando la importancia de la digitalización.

El uso de Tecnologías 4.0 implica establecer una red interconectada entre empresas, proveedores, fábricas, depósitos y logística, recursos y clientes, entre otros. De ese modo, cada sección de la red optimiza su configuración en tiempo real, en forma interdependiente a los requerimientos y el estado de las otras secciones de la red, optimizando así la rentabilidad de cada sección.

En dicho proceso, cada sección optimiza su configuración en tiempo real para adaptarse a los requerimientos y estado de las otras secciones vinculadas de la red, maximizando no solamente la rentabilidad y recursos compartidos, sino también reduciendo los costos de contaminación ambiental, materias primas, emisiones de CO2 y otros.

Referencias:

- Arenas, D., Fosse, J. y Huc, E. (2010). El giro hacia la empresa verde. Barcelona: Esade.
- Blue Skies, 2012. The JEE Report 2010-2011 – Our blue print for a sustainable business.
- Blue Skies, 2012. The JEE Report 2010-2011 – Our blue print for a sustainable business. Pitsford; Blue Skies Holdings. [online] Available at: <<http://www.blueskies.com/jee.pdf>> [Accessed 5.09.2017].
- Bodegas de Argentina A.C. Comisión de Sustentabilidad. Recuperado de: <http://www.bodegasdeargentina.org/comisiones/>
- Brutland Comission, 1987. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. [online] Available at: <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> > [Accessed 19.09.2017].
- Epuran, G, Bratucu, G, Barculescu, O, Neascu, N.A. and Madar, A. 2018. Food Safety and Sustainability. An Exploratory Approach at the Level of the Romanian Wine Production Companies. *Anfiteatru Economic*, 20(47), pp. 151-167.

- Kiel, D.; Arnold, C; Collini, M; and Voigt, K. The impact of the industrial internet of things on established business models. International Association for Management of Technology.
- Food and Agriculture Organisation (FAO). List of wine producing countries.
- Pitsford; Blue Skies Holdings. [online] Available at: <<http://www.blueskies.com/jee.pdf>> [Accessed 5.09.2017].
- Santini, C; Cavicchi, A; y Casini, L. Sustainability in the wine industry: key questions and research trends. Agricultural and Food Economics. 2013. 19 [HTTPS://DOI.ORG/101186/2193-7532-1-9](https://doi.org/10.1186/2193-7532-1-9)

8.) Objetivos

Conocer algunas de las estrategias utilizadas por las empresas del sector vitivinícola en relación a las prácticas de desarrollo sustentable y la utilización de tecnologías modernas en la elaboración de vinos.

8.1. Objetivos generales

Identificar y conocer la percepción, prácticas y expectativas de los directivos de las empresas del sector vitivinícola argentino en relación a las prácticas de desarrollo sustentable como parte de las estrategias empresariales del sector.

Indagar acerca de la familiarización, utilización y percepción de costos y beneficios de la utilización de Tecnologías 4.0 en la industria vitivinícola y su relación con el desarrollo sustentable.

8.2.) Objetivos específicos

- Conocer la importancia asignada, la percepción y la adopción de prácticas de desarrollo sustentable.
- Identificar las áreas de aplicación de prácticas de desarrollo sustentable, discriminando: cuidado del medio ambiente, materias primas y bienestar social.

- Identificar factores facilitadores y dificultades en la implementación de prácticas de desarrollo sustentable.
- Conocer cuáles son las expectativas de los directivos de las empresas vitivinícolas en relación a la consolidación de prácticas de desarrollo sustentable en la industria vitivinícola local y global.
- Determinar la familiarización y el uso de tecnologías 4.0 como recurso de optimización de procesos de gestión de viñedos y procesos de elaboración de vinos.
- Indagar acerca de la familiarización sobre costos y beneficios de la utilización de las Tecnologías 4.0 como un recurso para mejorar la competitividad.
- Conocer las expectativas y pronósticos en relación a la utilización de Tecnologías 4.0 en el país, su impacto en el sector vitivinícola nacional y a nivel global.

9.) Hipótesis

Los gerentes de las empresas vitivinícolas argentinas están familiarizados con las técnicas de sustentabilidad aplicadas en la industria vitivinícola mundial, aunque encuentran dificultades en su implementación y no conocen los beneficios y costos de la utilización de Tecnologías 4.0.

10.) Metodología

La investigación sobre las estrategias de negocios utilizadas en el mercado argentino es de tipo exploratoria con un abordaje cualitativo mediante el estudio de caso. El relevamiento de la información se realizará a partir de entrevistas en profundidad a gerentes de marketing de seis empresas vitivinícolas. El criterio de selección de las empresas vitivinícolas contempla las variables: origen de capital (nacional o extranjero), tamaño de la empresa (pequeña, mediana o grande, tipo de empresa (familiar o sociedad comercial) y utilización de prácticas de desarrollo sustentable en la actualidad.

De las múltiples técnicas específicas para realizar investigación cualitativa de marketing, se eligió el método semi-directo semi-estructurado de entrevistas en profundidad (Brătucu and Brătucu, 2016).

El dimensionamiento, evolución y estructura de la industria será descriptivo con un abordaje a partir de fuentes secundarias de información. A tal fin se contactará a:

- Bodegas de Argentina A.C. Cámara empresarial que nuclea a bodegas de todo el país. El 70% de sus socios está conformado por bodegas pequeñas y medianas.
- Unión Vitivinícola Argentina. Cámara empresarial con sede en la provincia de Mendoza.
- Instituto Nacional de Vitivinicultura. Organismo nacional
- Otras cámaras empresariales del sector localizadas en provincias productoras del sector.

Las entrevistas en profundidad se realizarán en forma personal o vía Skype (en el caso de bodegas de otras provincias que no cuenten con oficinas en Buenos Aires, de acuerdo a una guía de pautas que aborda los temas centrales de la investigación.

Referencias:

- Cho, J. and Tent, A., 2006. Validity in qualitative research revisited. *Qualitative Research*, Sage Journals, 6(3), pp.319-340
- Creswell, J. and Miller, D., 2000. Determining Validity in Qualitative Inquiry. *Theory Into Practice*, 39(3), pp.124-130

11.) Cronograma

Actividades	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4
Relevamiento de info descriptiva del mercado argentino	8			
Análisis comparativo	4			
Diseño y prueba de guía de pautas	4			
6 entrevistas en profundidad	8			

Procesamiento y análisis de entrevistas		24		
Articulación con resultados de Rumania y Moldavia			8	
Redacción de informe final Argentina			8	
Traducción al español			2	
Organización y participación en conferencia con resultados				4
Total	24	24	18	4

12.) Resultados Esperados

- Conocer la percepción, importancia asignada, utilización y expectativas en torno a las prácticas de desarrollo sustentable en la industria vitivinícola argentina en la actualidad y en el futuro.
- Identificar algunas de las estrategias utilizadas por las empresas vitivinícolas argentinas al abordar el desarrollo sustentable y el uso de tecnologías más modernas de elaboración de vinos.
- Identificar algunas de las dificultades y factores facilitadores que perciben los directivos de las empresas vitivinícolas del sector en relación a la implementación de prácticas de desarrollo sustentable.
- Conocer la percepción que tienen los directivos de algunas empresas vitivinícolas en torno a la relación de las prácticas de desarrollo sustentable y la utilización de Tecnologías 4.0.

El comparativo de los mercados estudiados, Argentina, en paralelo a Rumania y Moldavia, permitirá trazar paralelos en el abordaje de las estrategias empresariales en relación al desarrollo sustentable y el uso de Tecnologías 4.0 en los tres países, identificando grados de avance, percepciones y expectativas del sector en relación a las mismas.

12.1.) Aportes científicos

Conocer el estado de utilización y la percepción de los aportes de las prácticas de desarrollo sustentable y la utilización de Tecnologías 4.0, tratándose ambos temas de tendencias mundiales que plantean cambios en la industria y repercuten sobre la competitividad a nivel mundial.

Documentos de trabajo:

Artículos con referato. Artículo académico conjunto con la Universidad de Transilvania (Rumania) para publicación en medio académico europeo.

Capítulos de Libros:

Libros:

Traducciones: Traducción al español para eventual posterior reproducción por parte de UCES.

Conferencias Científicas:

12.2.) Vinculación y Transferencia¹⁵

Vinculación con el sector productivo: Cámaras y empresas del sector.

Vinculación con la sociedad civil: Desarrollo sustentable.

Vinculación con el Estado (Nacional, provincial, local):

Otros tipos de vinculaciones:

Investigación académica internacional conjunta con la Universidad de Transilvania (Rumania).

Participación de alumnos de las carreras de Licenciatura en Administración de Empresas y Contador en el proyecto de investigación.

12.3.) Mediación del conocimiento

Cursos de Capacitación:

Conferencias: Conferencia con resultados de investigación

Trabajo de consultoría:

Asesoramiento especializado:

12.4.) Otros.

Participación de alumnos de la licenciatura en administración de empresas y de la carrera de Contador Público en el proyecto de investigación.

¹⁵ Indicar el nombre de la entidad destinataria de la transferencia y el tipo de relación formal que habría que tramitar para concretar el vínculo

13.) Investigadores¹⁶:

13.1.) *Seniors*

Apellido y Nombre: Llamas, Elda
Grado Académico: Mg.
Principal actividad laboral: profesora universitaria
Dedicación al proyecto. 60 hs.

13.2.) *Juniors*

Apellido y Nombre:
Grado Académico:
Principal actividad laboral:
Dedicación al proyecto.

13.3.) **Alumnos asistentes de Investigación.**

Apellido y Nombre: (A completar oportunamente)
Breve descripción de las tareas que se asignarán:

- Relevamiento de información de fuentes secundarias
- Concertación de entrevistas en profundidad
- Acompañamiento en entrevistas en profundidad
- Colaboración en la elaboración de grillas de análisis y procesamiento de la información

Apellido y Nombre:
Breve descripción de las tareas que se asignarán:

- Idem anterior

Apellido y Nombre:
Breve descripción de las tareas que se asignarán:

14.) Bibliografía

Aaker, David; Joachimsthaler, Erich. (2009). Brand leadership. USA: The Free Press.

¹⁶ Anexar CV (máximo cuatro folios) para cada uno de ellos.

Rogers, Peter; Jalal, Kaxi; Boyd, John. (2012). An introduction to sustainable development. USA: Glen Educational Foundation Inc.