
REVISTA

R GLOBAL *de* NEGOCIOS

Volumen 6

Número 6

2018

CONTENIDO

Seguridad e Imagen en Garita Internacional de Cruce Peatonal: Retos Para Usuarios y Turismo Transfronterizo	1
Adriana Guillermina Ríos Vázquez & Jesús Amparo López Vizcarra	
Análisis Bibliométrico de las Publicaciones Relacionadas Con Proyectos Educativos en Carreras de Contabilidad y su Gestión en Scopus	19
Dayanna Johanna Cherez Pacurucu, Jorge Luis García Bacuilima & Gabriela Isabel Araujo Ochoa	
Diseño de Incubadoras de Negocios en Instituciones de Educación Superior: Guía Para su Creación	37
Yolanda Saldaña Contreras, Fernando M. Ruiz Díaz, Laura Leticia Gaona Tamez, Juan Jesús Nahuat Arreguín & Kelly Alejandra Muñoz Peña	
Innovación y Desarrollo Sustentable en la RENDRUS	51
Gerardo Vera Muñoz, Rafaela Martínez Méndez & Monserrat Vera Muñoz	
Drones Para el Monitoreo Geodemográfico en el Sector Agrícola en el Municipio de Ayapango Estado de México	61
Omar Ernesto Terán Varela, Enrique Espinosa Ayala, Pedro Abel Hernández García, Alma Lucero Álvarez González, Abraham Sánchez Gil & Edgar Isaac Ruiz González	
El Proceso de Innovación: del Aula al Mercado	73
Juan Carlos Mandujano Contreras, Cecilia García Muñoz Aparicio, Concepción Reyes De La Cruz & Leticia Rodríguez Ocaña	
Detección de Necesidades Para Mejorar la Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas de Una Zona Caracterizada Como Turística en Ensenada, Baja California	87
José de Jesús Moreno Neri, María del Mar Obregón Angulo & Santiago Alejandro Arellano Zepeda	

SEGURIDAD E IMAGEN EN GARITA INTERNACIONAL DE CRUCE PEATONAL: RETOS PARA USUARIOS Y TURISMO TRANSFRONTERIZO

Adriana Guillermina Ríos Vázquez, Universidad Autónoma de Baja California

Jesús Amparo López Vizcarra, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

El presente documento analiza e identifica los aspectos y situaciones reiteradas que afectan la seguridad e imagen en las garitas internacionales de cruce peatonal Este, Oeste y Puerta México Este en la frontera Tijuana, Baja California México/San Ysidro, California Estados Unidos a fin de precisar los hallazgos y propuestas tendientes a mejorar la percepción sobre la seguridad del turista en esta frontera. La información se deriva del informe del proyecto de investigación denominado “Promoción de imagen y certidumbre turística en la garita internacional de cruce peatonal Tij/SY/Tij”, que surge como una propuesta académica dentro de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) ante la necesidad de crear un observatorio permanente en tiempo real del fenómeno cotidiano del cruce peatonal transfronterizo. A lo largo del tiempo, la experiencia vivencial de visitantes, turistas nacionales y extranjeros, así como la comunidad en ambos lados de la frontera detectan diferentes percepciones de la imagen y seguridad en el proceso de cruce hacia los Estados Unidos o bien de ingreso a México. De acuerdo al reporte del 2013 de la General Services Administration GSA a través de las 24 puertas de ingreso a los Estados Unidos por la garita de San Ysidro, California, todos los días cruzan alrededor de 50,000 vehículos y por el área peatonal 25,000 personas, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática INEGI 2010 y de la Oficina de Censos de Estados Unidos del Condado de San Diego, destacan que anualmente se dan más de 400 millones de cruces de pasajeros, destacándose el puerto transfronterizo Tijuana-San Ysidro como el más dinámico en todo el mundo, razón que motiva el presente estudio.

PALABRAS CLAVE: Imagen, Seguridad, Garita Internacional de Cruce Peatonal, Turismo Transfronterizo

SECURITY AND IMAGE IN INTERNATIONAL PEDESTRIAN BORDER CROSSINGS: CHALLENGES FOR USERS AND CROSS BORDER TOURISM

ABSTRACT

This document analyzes aspects and repeated situations that affect security and image at the international border crossing points East, West and East Mexico Gate at the Tijuana, Baja California México/San Ysidro, California. We examine the United States border to specify the findings and proposals aimed at improving the perception of tourist safety within this border. Information is derived from the research project “Promotion of image and tourist certainty at the international pedestrian crossing Tij/SY/Tij”. This study provides an academic proposal by the Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). We examine the need to create a permanent observatory in real time of the daily cross-border pedestrian crossing phenomenon. Over time, the experience of visitors, national and foreign tourist, as well as the community on both sides of the border,

develops different perceptions of image and security in the process of crossing to the United States or entering Mexico. This paper examines these perceptions.

JEL: F52, K33, N40, Z32

KEYWORDS: Image, Security, International Pedestrian Crossing, Cross-Border Tourism

INTRODUCCIÓN

La frontera de México con Estados Unidos de América se extiende por más de 3000 kilómetros, está integrada por 6 entidades federativas y 38 municipios del lado mexicano así como por 4 estados y 23 condados estadounidenses, cuya población en esta zona según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Historia (INEGI, 2015) en concordancia con la Oficina de Censos de los Estados Unidos (*U.S. Census Bureau, 2011-2015*) se estima en 14.6 millones de habitantes; del total, 7.1 millones viven en México y 7.5 millones en los Estados Unidos., asimismo continuando con el mismo tenor, se indica que la población fronteriza del lado mexicano converge principalmente en el Estado de Baja California (38.5%) y en Estados Unidos, dentro de California (45.0%). Sin embargo, la mayor concentración de habitantes, que agrupa a 6.1 millones de personas, se ubica en los municipios de Mexicali, Tecate y Tijuana del Estado de Baja California, así como en los condados de San Diego e Imperial, del Estado de California. A lo largo de la frontera México-Estados Unidos, actualmente existen 56 puertos de entrada de los cuales, 53 se encuentran en operación y 3 están cerrados. Del total de puertos existentes 21 se clasifican como cruces dentro de la frontera terrestre y 35 son puentes que libran el Río Bravo. Según el tipo de tránsito los cruces se clasifican como turísticos con vehículos ligeros, comerciales con transporte de carga o mixtos donde se involucran ambos. De igual forma, se clasifican también en peatonales, para vehículos de carga o vehículos de uso personal.

El Instituto Mexicano del Transporte (2014), define el cruce o puerto fronterizo terrestre como infraestructura especializada con personal, instalaciones, equipo y procedimientos específicos para controlar el flujo de peatones, vehículos y mercancías entre dos países, asimismo retoma de acuerdo al modelo conceptual de un puerto fronterizo a *Regal Decision Systems, Inc., 2005*, quien determina que un puerto fronterizo terrestre es una infraestructura especializada para el control de los flujos de entrada y salida de un país, resaltando su importancia estratégica como las instituciones de asegurar el cumplimiento y detectar desobediencias a las leyes federales relativas al movimiento comercial, de personas, plantas y animales en la frontera, un punto de contacto con los viajeros que ingresan o salen de un país, con el fin de recaudar ingresos; evitar el ingreso de extranjeros ilegales; evitar el ingreso de plantas perjudiciales, plagas animales, enfermedades humanas y animales; y examinar documentos de comercio exterior, entre otros (p. 26).

Actualmente Baja California cuenta con 9 cruces fronterizos para tránsito vehicular, de personas y de carga en ambos sentidos por toda su frontera con California, más el cruce de peatones con mayor aumento se registra en dos Estados: California (43%) y Texas (41%), por ello es de gran relevancia la concentración poblacional fronteriza en la región California-Baja California que agrupa el 45% de la población binacional y en particular el principal cruce fronterizo Tijuana-San Ysidro no solo por el tránsito vehicular transfronterizo sino porque es el principal cruce utilizado por peatones (19%), seguido de Cd. Juárez-El Paso (16%), Mesa de Otay-Otay Mesa (8%) y Nuevo Laredo-Laredo (8%); estos cuatro puertos son utilizados por el 51% de los peatones que cruzan la frontera (BDAN, 2017), para Heyman (2012) las fronteras ciertamente son escenarios de una serie de movimientos expresados en cruces diarios, semanales o por días que no tienen por objetivo el establecimiento en el “otro lado”, sino dicho cruce y en palabras de Benedetti (2013), el cruce convierte a las fronteras en un recurso que proporciona ganancias que no se obtienen en el territorio nacional, esto dado por las asimetrías entre países.

El Plan Municipal de Desarrollo del Municipio de Tijuana 2014-2016, destaca que de acuerdo con cifras del censo de INEGI 2010 y datos de la Oficina de Censos de Estados Unidos, la población de la ciudad de Tijuana y el condado de San Diego se estima cercana a los 5 millones de habitantes, representa aproximadamente el 40 por ciento de la población de la frontera, considerada la subregión fronteriza más poblada, divididas por dos puertos fronterizos que anualmente registran más de 400 millones de cruces de pasajeros, haciendo de dicho tránsito el más dinámico en todo el mundo. La importancia de dichos cruces no solo radica en el número, sino en lo que representa en miles de personas que diariamente cruzan a otro país para realizar actividades de trabajo, estudio, consumo y recreo.

En el pasado cruzar la frontera Tijuana, Baja California México-San Ysidro, California Estados Unidos además de ser una peripecia nada agradable por el hecho de que en ocasiones esto implicaba en espera de largas horas para cruzar y que según Bringas (2008) después de los sucesos del 11 de septiembre de 2001 (9/11), el vínculo entre migración clandestina y políticas de seguridad nacional se impuso con crudeza, un aspecto positivo desde el punto de vista del gobierno estadounidense, ya que incrementaron las inspecciones a vehículos de carga, de pasajeros y peatones que contribuyó en la demora en los tiempos de cruce, que a corto plazo generó menores volúmenes de tráfico, esto aunado a la crisis económica que se avecinó en esos momentos. Sin embargo, aun con el protagonismo de los dispositivos de control y seguridad, como bien señalan Zapata-Barrero & Ferrer-Gallardo (2012) las fronteras son espacios donde se desenvuelven actores que las habitan, las cruzan e interactúan entre sí, con identidades distintas desde los ámbitos regional, nacional, transfronterizo y transnacional.

Así mismo, Estados Unidos implementó programas que de alguna manera favorecieron a los viajeros y usuarios frecuentes de los cruces y puertos fronterizos como han sido *Free and Secure Trade (FAST)* y *Secure Electronic Network for Travelers Rapid Inspection (SENTRI)*, que permiten el cruce expedito de viajeros pre-aprobados y de bajo riesgo a través de carriles exclusivos. Debe destacarse, que en 2015 se creó una Conexión Peatonal Aeroportuaria (*Cross Border Xpress*) que comunica, mediante un puente peatonal, a los aeropuertos de Tijuana y San Diego y el nuevo cruce peatonal del puerto El Chaparral-San Ysidro, o puerto Oeste también conocido como *PedWest*, el segundo inaugurado en 2016, atiende el flujo peatonal en ambos sentidos en la frontera. En ese sentido, el progreso que se tuvo al remodelar e innovar los cruces fronterizos entre Tijuana y San Ysidro, ha impactado positivamente en los tiempos de cruce peatonal. Cabe subrayar que del lado mexicano no todo está concluido, aún quedan aspectos por corregir en los próximos meses, sobre todos en las áreas aledañas de ingreso de cruce peatonal en las garitas de los puertos fronterizos Tijuana-San Ysidro, para que los peatones utilicen mejor las nuevas, funcionales y modernas instalaciones de la Garita Oeste también conocida como *Pedwest* priorizando el tiempo, porque todo el proceso de construcción del puerto fronterizo en ambos países se tiene programado concluir para el año 2019. La relación transfronteriza de Tijuana, genera una serie de importantes retos, con alta migración e intenso flujo transfronterizo de personas documentadas e indocumentadas y también la más polarizada económicamente, donde la seguridad, el turismo, medio ambiente, comercio e inversión bilateral confluyen cotidianamente en una cultura fronteriza muy particular, una zona común interdependiente con diversas áreas de oportunidad relativas a la capacidad de cooperación con ciudades vecinas, y la suma de esfuerzos institucionales para gestionar en conjunto problemas públicos en ambos lados de la frontera que requieren y demandan soluciones funcionales en diversos temas de impacto regional a través de mecanismos locales, regionales y binacionales eficientes.

Conocer cuál es la percepción de la imagen y seguridad que detentan los usuarios, no solo los visitantes, turistas, sino aquellas personas locales y trabajadores transfronterizos que son los que cotidianamente que por diversos motivos cruzan y utilizan las garitas internacionales de cruce peatonal para ingresar hacia Estados Unidos o viceversa en el acceso peatonal Tijuana- San Ysidro, lo que implica en la mayoría de los casos estar "alerta", pues las condiciones que presenta dicho espacio va desde la falta de imagen, carencia de limpieza, ausencia de guardias de seguridad, sin dejar de mencionar la presencia de

vendedores ambulantes e individuos deportados que hacen de la actividad de cruce en ocasiones una experiencia estresante y desagradable.

Tal coyuntura da pauta a la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California, en principio con la participación de dos profesoras y 20 becarios, con la iniciativa de llevar a cabo la fase inicial del proyecto de investigación denominado “Promoción de imagen y certidumbre turística en la garita internacional de cruce peatonal Tij/SY/Tij”, que inició sus trabajos preliminarmente en agosto del 2016 y que hasta el momento en 2017 continúa trabajando en la zona indefinidamente, en proceso de crear el observatorio permanente en tiempo real del fenómeno cotidiano del cruce peatonal fronterizo en las garitas internacionales Este, Oeste y Puerta México Este en la frontera Tijuana/San Ysidro, donde el principal objetivo es analizar e identificar los aspectos y situaciones reiteradas que afectan la seguridad e imagen así como la percepción que detectan los usuarios que hace uso del cruce peatonal fronterizo. Por todo lo anterior, se expone el siguiente estudio, el mismo que se ha estructurado a partir de un orden y que a continuación se describe: Introducción donde se realiza un bosquejo general de la situación que prevalece en la garita internacional de cruce peatonal en la región Tijuana, Baja California México y San Ysidro, California, Estados Unidos, cuya frontera asimétrica constituye un reto constante en la relación bilateral entre ambos países.

La revisión literaria se construye a la luz de expertos en temas de imagen, seguridad, garitas y turismo transfronterizo, sin dejar de lado definiciones y conceptualizaciones. Dicha sección muestra los argumentos fundamentales que permiten la discusión del presente constructo. La metodología propuesta, inicia por la descripción del diseño, seguido de la muestra poblacional, la misma que se explica a partir de una ecuación infinita. Asimismo, se muestra una tabla de operacionalización de las variables, que de manera sencilla brinda una definición, y a la vez exhibe los ítems que se abordaron en el instrumento de medición y la unidad de medida. Se concluye este apartado con los procedimientos realizados en la fase empírica. En cuanto a los resultados, se incluyen graficas que demuestran los hallazgos de la investigación, profundizando en las ideas principales que fueron la razón del presente artículo. En las conclusiones se destaca la problemática y los retos que constituyen la dinámica de cruce para los usuarios de las garitas peatonales de cruce internacional, sin embargo el aporte principal son las áreas de oportunidad latentes que motivan y darán continuidad a la investigación de tal manera que la Universidad sea la vinculación con las autoridades y diferentes actores involucrados para proponer alternativas de acción en pro de la mejora e impacto positivo del turismo transfronterizo desde el ámbito internacional en las garitas de cruce peatonal como entrada y salida de México. Las opiniones y percepción de los usuarios en cuanto a imagen y seguridad, han sido recolectadas directamente donde se da el fenómeno, a partir de la aplicación de instrumentos que abordan las variables en estudio, y que han permitido reconocer los principales desafíos y retos que enfrenta la zona, con el objetivo de analizar los factores que repercuten en la imagen e identificar las necesidades que coadyuvan al desarrollo desde una certeza turística en la zona, por ello se deben concertarse las deficiencias entre los actores involucrados como áreas de oportunidad para implementar acciones y estrategias que contribuyan de manera positiva en la mejora de la imagen, confianza y seguridad para garantizar principalmente la seguridad del visitante y turista de la región.

REVISIÓN LITERARIA

La raíz etimológica de turismo, proviene de sus raíces latinas de las palabras *tour* y *turn* o del verbo *tornare* que significa girar, en latín vulgar, cuya connotación más próxima resultaría viaje circular, por otra parte, Arthur Haulot, advierte que el vocablo *tour* puede tener origen hebreo, sin embargo, cualquiera que sea la acepción de la palabra turismo, finalmente se retomaron del francés *tour* para ser utilizada en distintos idiomas (De la Torre, 1997, p.13). El turismo es un proceso de interacción de carácter asimétrico (Bringas, N., 1991, p. 285), esa definición atípica de lo tradicional pero perfectamente acertada para el turismo en la frontera donde en una región como la de Tijuana, San Diego se enfrenta asimétricamente con relaciones complejas diversas como la intensidad de las relaciones, idioma, impresiones,

sentimientos compartidos, percepciones e interacciones poder, ámbito socio cultural, moneda, infraestructura, derrama económica, seguridad, oportunidades, precios, migración, violencia, inseguridad, narcotráfico, prostitución, marginación, aduanas, corrupción, cruces fronterizos, tráfico, línea, desigualdad económica, interacción con diferentes actores de la sociedad en temas transfronterizos, nuevos nichos de mercado que finalmente pueden resultar atractivos para la industria turística de la región. Blanco Herranz (2004), supone que la seguridad es un concepto abstracto y polifacético; definiéndola en dos sentidos desde la percepción de la ausencia de riesgos que sería en un plano subjetivo y por su efectiva ausencia en el aspecto objetivo, en ese sentido precisa a la seguridad turística como un “conjunto de medidas, condiciones objetivas y percepciones existentes en el ámbito social, económico y político de un destino turístico, que permiten que la experiencia turística se desarrolle en un entorno de libertad, confianza y tranquilidad y con la mayor protección física, legal o económica para los turistas y sus bienes y para quienes contraten servicios turísticos en dicho destino” (pp. 13-14). Pero enfocándose en un destino de frontera Bringas y Verduzco (2007), resaltan que, el tema de la seguridad tiene por lo menos tres dimensiones: la seguridad de la población, la seguridad pública y la seguridad nacional.

Tanto la seguridad e imagen son aspectos importantes, al considerar un destino turístico, la utilización de un cruce fronterizo o simplemente llevar a cabo visitas que posteriormente conlleven a entrar en una dinámica de turismo transfronterizo frecuente, Kotler et al. (1994) definen la imagen como “un conjunto de creencias, ideas e impresiones que la gente tiene de un objeto o destino” (p. 137). Sin embargo, la imagen de un destino turístico forma parte de un mundo subjetivo, de toda aquella información interpretada desde la perspectiva del visitante; es una interpretación subjetiva de la realidad hecha por el turista, donde se involucra un proceso de interpretaciones racionales y emocionales que finalmente impactan sus expectativas, intención y decisión para elegir un destino turístico (Máñez Guaderrama et al., (2012, pp. 1215-1221). Baloglu y McCleary (1999) consideran la imagen turística como “una representación mental de las creencias, sentimientos y la impresión global de un destino turístico” (p. 869). En ese sentido, el gobierno de la República Mexicana propone el Programa Sectorial de Turismo, contemplado en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, donde considera que los atributos que afectan la percepción sobre la calidad de nuestros destinos, principalmente en el exterior, es la seguridad, este es un elemento decisivo para un turista que está seleccionando el lugar que visitará en sus próximas vacaciones, los conflictos internos y el inadecuado manejo de los mismos ha generado una percepción de inseguridad en el país, en dicho documento también prevalece la prioridad de promover un trabajo coordinado intersectorial, entre los distintos órdenes de gobierno alineando esfuerzos comunes, es trascendental el interés del gobierno ante el rezago de políticas públicas inadecuadas que no se han concretado desde la visión y problemática local como sucede en la frontera de Tijuana, al igual que las acciones en materia de turismo por parte del gobierno del Estado, pero aún más significativas las gestiones de acción u omisión que al gobierno municipal corresponde a través de la imagen municipal, infraestructura, vialidades, corrupción de los mandos policíacos, recolección de basura, concientización del comercio y prestadores de servicios directamente involucrados con la industria turística local.

Por otra parte, el Diagnóstico Estratégico del Plan de Desarrollo del Estado de Baja California 2014-2019, resalta que el Estado recibe anualmente más de 16 millones de visitantes internacionales y 11 millones de visitantes nacionales, gozando de un potencial turístico al contar con ventajas comparativas que se asocian a su ubicación geográfica privilegiada con respecto a Estados Unidos que se caracteriza por ser el tercer mayor emisor de turistas a nivel mundial según información de la Organización Mundial de Turismo, compartiendo una frontera de 265 kilómetros; cuenta con un gran potencial de conectividad con el resto del mundo, tan solo la ciudad de Tijuana se ubica en el segundo lugar nacional de conectividad aérea con vuelos directos a más de 30 destinos nacionales y dos internacionales, además de recibir 48 mil 688 vuelos, (80% estatal), con un flujo de cuatro millones 300 mil pasajeros; también, cuenta con un amplio inventario de destinos e infraestructura turística, así como una alta capacidad para generar productos innovadores y de calidad.

Desde el punto de vista histórico las fronteras han sido importantes centros de integración regional, actualmente las fronteras han asumido una renovada importancia para cualquier Estado, a consecuencia del desarrollo fronterizo, se vuelven imperativos los procesos de cooperación e integración fronteriza en diversos temas por parte de los gobiernos, en ese tenor, Oliveros (2002), destaca que el concepto de frontera como región de frontera o región fronteriza, constituye un escenario privilegiado, de avanzada sobre todo por el desarrollo fronterizo en comparación al desarrollo en su componente nacional, aludiendo a la importancia de la articulación de estrategias binacionalmente plateadas, para la integración regional en pro del desarrollo fronterizo que a su vez repercutiría a nivel nacional en cada uno de los países involucrados, en algunos temas urgentes a tratar y resolver a través de la cooperación que posteriormente trasciendan a otras áreas de negociación. Timothy (2001), señala que las fronteras son destinos que se perciben como extraordinarios, pues el territorio visitable abarca un espacio “mestizo” que se sitúa a ambos lados de la frontera, y en particular el turista transfronterizo se adentra al interior, recorre un área difusa que se percibe como una región.

En la región Baja California-California existe un intercambio de bienes con valor de más de 20 000 millones de dólares, con un cruce diario de más de 40, 000 trabajadores transfronterizos que se desplazan entre su lugar de trabajo y residencia (Conferencia Binacional Anual, citado por Aumedo Dorantes y Mundra, 2003), tal peculiaridad define a la zona como una región transfronteriza, con un modo de vida caracterizado por la continua interacción entre individuos que pertenecen a dos estructuras socioeconómicas y que comparten una frontera en común. De modo que lo transfronterizo se refleja en las transferencias de movimiento, el uso del espacio donde se dan viajes y compras, un escenario lleno de señales claras que simbolizan la frontera y es reconocido por habitantes como por el turismo que asiste (Newby, 2006). En este sentido, Orgaz Agüera, F. y Moral Cuadra, S. (2014), consideran que el concepto de turismo fronterizo va más allá del corto plazo, centrándose más de cerca en los beneficios, tanto de los viajeros como para las comunidades locales, así como sus entornos sociales, culturales y naturales, buscando un crecimiento compartido y una prosperidad basada en el largo plazo. Si bien, la importancia del turismo depende del nivel económico del país en cuestión. Así, en el caso de los países en vías de desarrollo, los recursos son empleados para satisfacer las necesidades básicas, por lo que no se dispone de una renta extra para viajes o actividades de ocio (p.50).

Según nos señala Valenzuela Arce (2003), el turismo fronterizo no solo se encuentra definido por la vecindad fronteriza, los hoteles o restaurantes, sino que es una continua interacción entre los distintos actores, convergiendo e integrándose diversas prácticas y experiencias tanto para los turistas como para los anfitriones. Al respecto, Bringas Rábago y González Aguirre (2003), resaltan que existen dos tipos de turistas que visitan las zonas fronterizas: el primero, el turista tradicional que viaja para satisfacer sus necesidades de esparcimiento en un ambiente de laxitud legal en diferentes ámbitos, y el segundo es el turista que viaja para realizar negocios. En la región Tijuana, Baja California México y San Diego, California Estados Unidos, es importante identificar los retos y desafíos para encontrar alternativas de solución a la inseguridad como variable crítica en un contexto transfronterizo interdependiente en que se circunscribe el compromiso bilateral en materia de seguridad en el turismo, delimitando en qué proporción las acciones de los involucrados pueden garantizar y promover la seguridad del turismo como detonante del desarrollo en la región transfronteriza.

METODOLOGÍA

Existen numerosos tipos de investigaciones cuantitativas dentro de las ciencias sociales, según el objetivo principal, puede clasificarse en descriptivas y en explicativas. Acorde al tiempo durante el cual se realiza el estudio se distinguen las investigaciones sincrónicas o transversales, que se refieren al objeto de investigación en un mismo período, y las investigaciones diacrónicas o longitudinales, en las cuales los individuos se analizan durante un cierto tiempo, de manera continua (Briones, 2002, p. 37). Por otro lado, para Kerlinger (1979), la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular variables,

se concreta en observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Dicho lo anterior, considerando que el objeto de estudio de la presente investigación se circunscribe durante un proceso como es el cruce fronterizo, fenómeno estrechamente relacionado con los sujetos de estudio que para efectos del este análisis, ambos sujeto-objeto se abordaron de manera constante *in situ*, cuando se encontraban en el espacio fronterizo de las garitas internacionales, realizando el cruce peatonal en las puertas Este, Oeste y Puerta México, en distintos horarios y diferentes días.

No hubo manipulación de variables durante el lapso que duró la fase empírica. Se planteó un diseño descriptivo, de corte transversal diacrónica no experimental, pues se intentó identificar indicadores dentro del espacio fronterizo a las garitas internacional de cruce peatonal Tijuana/San Ysidro, que pueden influir en la percepción sobre imagen y seguridad en quienes realizan el cruce, de manera que se evaluó el grado de impacto, para enunciar oportunamente información que sustente los principales desafíos o retos a los que enfrentan los usuarios que se ven involucrados en la actividad del cruce internacional: visitantes, turistas, personas locales y trabajadores transfronterizos. El universo de estudio está constituido por usuarios que realizan el cruce internacional en las garitas peatonales Tij/SY/Tij, y que según el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana (COTUCO) en su informe de actividades 2014-2015 con datos del Plan Municipal de Desarrollo del Municipio de Tijuana 2014- 2016, en concordancia con las cifras del censo de INEGI 2010 y datos de la Oficina de Censos de Estados Unidos del Condado de San Diego, en el 2015 se dieron 48 millones de cruces peatonales. En consecuencia y según Ibarra (2009), siendo la población mayor a mil (1,000>) en gestión turística, la muestra debe ser determinada a partir de la siguiente ecuación:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z =es el nivel de confianza= 96% = 2.05² Z^2 = 4.202

E = es la precisión o margen de error= 4% = .04

p =es la variabilidad positiva = .5

q = es la variabilidad negativa = .5

Sustituyendo los valores en la formula, se tiene:

$$n = \frac{(2.05)^2(0.5)(0.5)}{(0.04)^2} = \frac{1.05}{0.0016} = 656.25$$

Instrumento de medición: se diseñó una encuesta, que abordó preguntas que van desde opción múltiple, dicotómicas, nominales y en escala tipo Likert, con la intención de medir exclusivamente las variables que trata el estudio. Procedimiento: La encuesta se aplicó en las 3 garitas que integran el cruce peatonal fronterizo en la franja Tijuana/San Ysidro / Tijuana, para lo cual fue necesario dividir la muestra poblacional entre los 3 cruces, de forma que los datos arrojados fueran equitativos; significa que por cada puerta se aplicaron 218 encuestas. Para la aplicación del instrumento de medición, se contó con el apoyo de 20 becarios pertenecientes a la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, asignados como prestadores de servicios social dentro de U.A.B.C. Dicho trabajo de campo se realizó durante los meses de septiembre a diciembre del 2016, durante los días de semana como fin de semana, cubriendo diferentes horarios en que es utilizada la franja fronteriza del cruce peatonal. La tabla 1 expone la operacionalización de las variables, su definición, items asociados y unidad de medida.

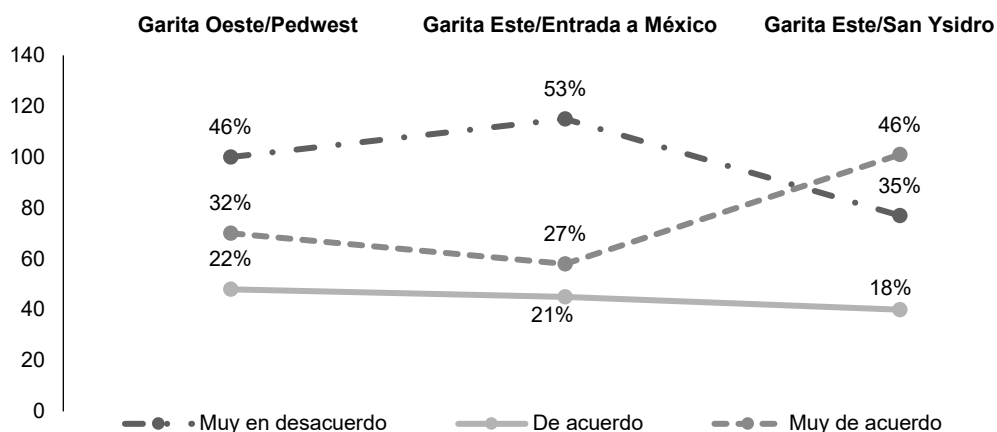
Tabla 1: Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Operacional	Item	Unidad de Medición
Sociodemográfica	Hace referencia a las características de una población acorde a su ubicación geográfica.	1.- País/ lugar de origen. 2.- Género. 3.- Soy residente en Tijuana. 4.- Soy usuario transfronterizo.	Nominal. (1,2,3,4)
Diversidad funcional.	Termino para identificar que una persona funciona de forma distinta al realizar tareas habituales (desplazarse, agarrar algo, leer, comunicarse etc.)	5.- Considero que los trabajos de remodelación y modernización en los espacios públicos aledaños a la garita peatonal como en el interior de edificios, simplifican mi acceso y trayecto por la zona. 6.-Habilidades motrices del peatón.	Ordinal. (5,6,7,8,9)
Cruces fronterizos	Acción de cruzar de los peatones independientemente del motivo, horario y frecuencia con que se lleve a cabo.	7.-¿Cuán frecuente realiza el cruce fronterizo por esta garita?	
Imagen	Referente al conjunto de rasgos representativos de una cosa, y que permiten describir la apariencia o aspecto de algo.	8.- Señale el tipo de impacto que genera en su persona la Imagen que presentan los espacios públicos aledaños a la garita como el interior de edificios y uso de la zona del cruce peatonal.	
Seguridad.	Se dice de la propiedad de algo o alguien que brinda firmeza en la ausencia de peligro o riesgo.	9.- Considero que la seguridad que resguarda la zona, garantiza mi integridad.	
Retos	Referido al estado de las cosas que por características propias, se percibe como un desafío para quien lo enfrenta e implica de propósitos para resolverse	10.- ¿Usted realiza el cruce peatonal nocturno? 10.1.- Razón por las que no cruza durante el horario nocturno. 11.- ¿Desea hacer una sugerencia en pro de mejoras en la zona fronteriza y garitas peatonales?	Nominal. (10, 11)

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Figura 1: Percepción de Seguridad en la Zona



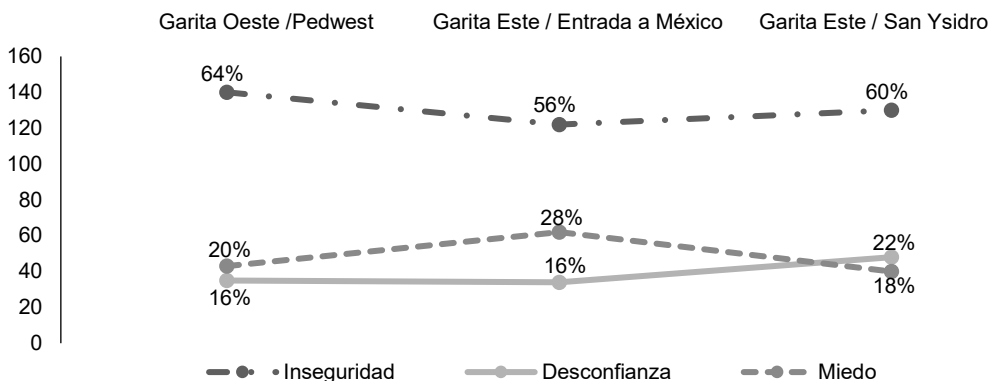
Esta figura muestra las 3 garitas peatonales en la franja fronteriza Tij/SY/Tij., así como los porcentajes en relación a los sujetos que representan la muestra poblacional. Se exhiben también las opciones de respuesta que abordó la encuesta. Fuente: Elaboración propia.

El instrumento abordó una afirmación: *Considero que la seguridad que resguarda la zona, garantiza mi integridad.* Se brindó respuesta de opción tipo Likert. El propósito de la afirmación fue evaluar la percepción del usuario en cuanto a seguridad al momento de realizar el cruce peatonal y que para Kotler, Haider y Rein, citado por De Alcántara, De Oliveira y Da Silva (2017) la investigación sobre la percepción contribuye a la identificación de elementos tanto falsos, verdaderos, fuerte y débiles que facilitan la elaboración de estrategias en la planeación, y aquí con la respuesta que arroja el 53% de los sujetos de estudio abordados en la *Garita Este/ Entrada México* y que seleccionaron *De acuerdo*, se detecta como un elemento fuerte relacionado a la seguridad y percibido positivamente por los encuestados en relación a la protección en la integridad, esto debido a la seguridad que resguarda la zona, pues cabe señalar que en dicha puerta hay presencia del personal del Ejército mexicano., y en este sentido, Arellano (2002, p. 81) señala que todo individuo sensibiliza los sentidos a partir del proceso de percepción., y el dato expuesto, exhibe el sentir que experimentan los peatones al paso por dicha sección. En contraste, la misma figura expone un 46% del total de población en estudio, evaluados en la puerta *Garita Oeste/Pedwest* que optaron por la respuesta *Muy en desacuerdo*, lo que se demuestra una percepción negativa del individuo en cuanto a la seguridad en su persona al momento de encontrarse en la zona durante el proceso de cruce. Es necesario enfatizar que, en dicha puerta, así como a lo largo y ancho en toda área aledaña hasta el punto del cruce *Oeste/Pedwest* y en algunas ocasiones también conocido por los locales como *el chaparral*, por el lado mexicano continúan, los trabajos de remodelación y modernización, los hechos evidencian espacios sucios y descuidados con montículos de materiales en desecho, y detalles incompletos.

Por otro lado, la *Garita Este /San Ysidro* apuntala con un 46% que representa casi la mitad de la población que utiliza dicha Puerta de cruce internacional. La muestra de sujetos de investigación optó por la opción muy *Muy de acuerdo*, interpretado como percepción positiva hacia la protección de su integridad por la seguridad en la zona. Cabe enfatizar que dicho cruce peatonal, hasta antes de la modernización era la única garita peatonal de entrada al país vecino por la zona San Ysidro, la misma que siempre estuvo bajo el resguardo de oficiales de migración por parte del Gobierno de Estados Unidos y siempre se cuidó el aspecto urbano que incluye entre otras cosas, alumbrado público y limpieza en la zona. Hoy en día, aun con todo lo que implica remodelar y modernizar las garitas, en la parte estadounidense se puede observar que la percepción de la seguridad en el sentir del individuo es positiva. El estudio realizado por Crompton

en el año de 1979, arrojó que los individuos que habían visitado la frontera con México: percibieron un mínimo grado de ansiedad al saber y conocer de la seguridad brindada por los E.U (p. 420). En ese mismo tenor Arellano, 2002: “la percepción es la forma en que el individuo observa lo que le rodea, y le permite seleccionar de forma coherente y con significado”. (p. 101).

Figura 2: Razones Por las Que No Cruzaría



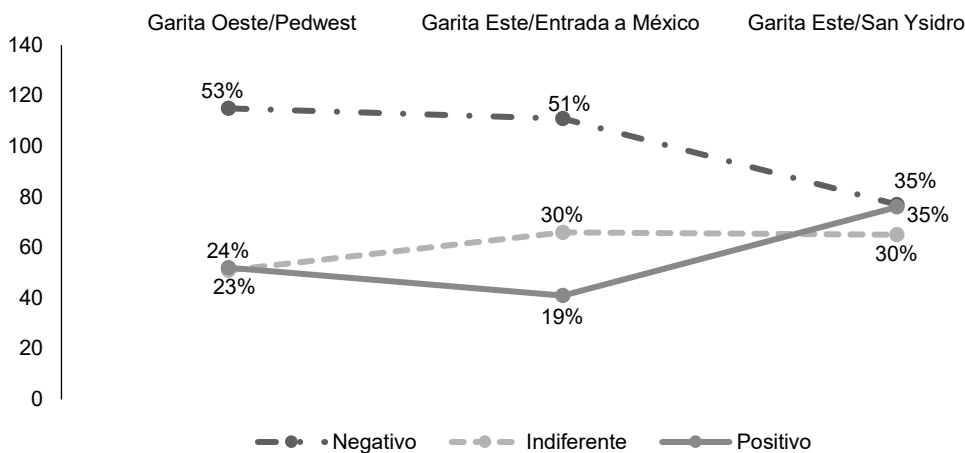
Para efectos de esta figura, se abordó un cuestionamiento dicotómico de opción de respuesta Si/ No respecto del horario de cruce nocturno. Al surgir la respuesta No, se invitó al usuario a expresar la razón por la cual no utiliza la garita durante el horario nocturno. La información en la figura muestra los 3 indicadores de más alta frecuencia que expresan la razón por la cual usuario no realizar el cruce por las garitas peatonales fronteras Tijuana/San Ysidro/Tijuana. Fuente: Elaboración propia.

Se puede constatar sin excepción que, en las tres garitas, la razón principal que influye en los sujetos a no llevar a cabo el cruce durante el turno nocturno, está relacionada a la variable inseguridad, y aquí se pueden traer a relación las conclusiones a las que llego Jasso (2013, p.23-28) en su estudio sobre la percepción de la inseguridad, cuyo documento a la letra versa lo sig. “En México, más de la mitad (66.1%) de las personas se sienten inseguras en la entidad en la que habitan, y esto ha repercutido en que dejan de realizar actividades cotidianas... donde un 55% de la población la actividad cotidiana que ha dejado de hacer es salir de noche”, y ciertamente, este análisis muestra que más del 50% de los sujetos en estudio y que hace uso de los cruces peatonales en las 3 garitas, se sienten inseguros, a esto Kessler (2009, p.35) señala que el juicio de valor sobre la inseguridad deriva de la emoción generada por aquello a lo que se le teme, y que por ciertas razones se percibe como peligroso y amenazante.

Sobre la misma figura, pero en la garita Este/Entrada a México, un 28% de los sujetos encuestados señalaron que *miedo* es el principal factor que los empuja a no utilizar el cruce fronterizo, y según Jasso (2013, p.15) se atribuye miedo a algo que se considera una amenaza y nos hace sentir vulnerables ante el riesgo, y ciertamente el peatón al salir de la Puerta México, en su recorrido por andadores peatonales y uso de zonas aledañas a la garita, se enfrenta a pedigüños, vendedores ambulantes y deportados aunado a la ausencia de vigilancia en la zona, y aquí Stanko (1995, p.47) señala que definitivamente los individuos asocian inseguridad a zonas urbanas y lugares donde se sienten potencialmente vulnerables, lo que predispone al sujeto a una actitud negativa, y que para Arellano (2002) actitud es la idea que un individuo se forma sobre algo o alguien, lo que conlleva a un acto de rechazo. Por otro lado, se observa que un 22% de la muestra de estudio, abordados en la en la garita Este/San Ysidro, perciben como *desconfianza*, evitando el cruce fronterizo durante el turno de noche, pues para ello necesitan de recorrer largos tramos y áreas aledañas a la garita y durante el trayecto enfrentándose a condiciones que actualmente no son las más favorable a lo que Arellano (2002), señala “el proceso perceptivo permite al individuo analizar todo un contexto, y según los motivos selecciona e interpreta lo que constituye como una realidad” (pp.102-106), por otro lado Walklate (1998, p.552) afirma que tal percepción puede ser multifactorial y puntualiza sobre la necesidad de contextualizar y cuestionarse si la percepción de

inseguridad como desconfianza es resultado de la ausencia de mecanismos en la sociedad lo que genera espacios para el miedo, o porque la gente no confía en otros.

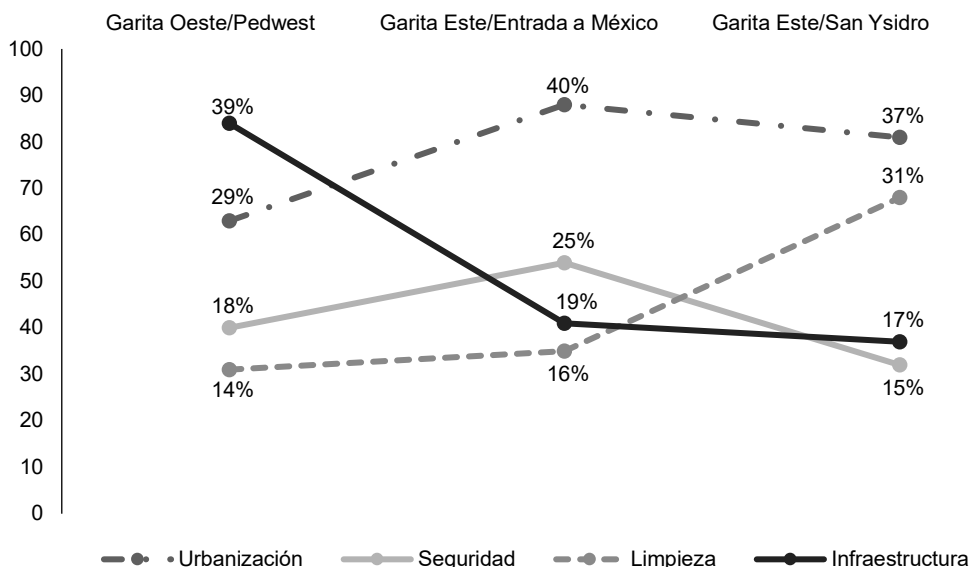
Figura 3: Opinión Respecto a la Imagen



Esta figura expone el tipo de impacto que ocasiona la imagen en la percepción del sujeto. En el instrumento se propone la opción múltiple con valores: Negativo/ Indiferente/ Positivo. Fuente: Elaboración propia.

En relación a la petición en la encuesta: “Señale el tipo de impacto que genera en su persona la Imagen que presentan los espacios públicos aledaños a la garita como el interior de edificios y uso de la zona del cruce peatonal”, se aprecia que la gente que utiliza la garita Oeste/Pedwest y garita Este/Entrada a México (53 y 51% respectivamente), afirman que partiendo de la imagen, perciben un impacto negativo, en este contexto se confirma la idea sobre la necesidad de poner atención a tal atributo en la zona, y de acuerdo a Crompton (1979) la imagen de un lugar es dado por un conjunto de impresiones, ideas y creencias, en lo que concuerdan a Echtner y Ritchie (2003, p. 4), pues señalan que la percepción de la imagen es el proceso multisensorial construido a partir de avalancha de información, percepción a través de los sentidos e impresiones holísticas y ciertamente a lo largo y ancho de dicha puerta, así como en toda área aledaña hasta el punto del cruce, conocido como *el chaparral o Pedwest*, las condiciones que se observan como resultado de los trabajos de remodelación y modernización: espacios sucios y descuidados con montículos de materiales, desechos, malos olores y detalles incompletos, evidencian la forma tan negativa en que influye sobre los sujetos la imagen, y efectivamente para Dichter (1985), es un todo lo que genera una impresión en la mente de los demás, y no características o cualidades individualizadas. Es interesante observar que el 30% de sujetos encuestados (que representa la mitad de la población) y que hacen uso del puerto de entrada garita Este/Entrada a México, apuntó al valor *indiferente*, como respuesta a que todo cuanto observa y percibe en su andar por las zonas aledañas a dicha puerta de cruce internacional, no le afecta, no tiene reacción alguna, lo que contrasta con lo señalado en la Figura 2, donde expresaron sentir desconfianza ante lo que se expone al recorrer en dicha área (se enfrenta a un escenario con presencia de pedigüños, vendedores ambulantes y deportados, aunado a la ausencia de vigilancia). Ante esta actitud, Arteta (2010) dice “el espectador que no actúa ni reacciona ante la situación observada, minimiza su poder para hacerle frente... se convierte en un espectador cómplice, que no desea tener responsabilidad” (p. 319). El valor positivo, representado por el 35% de población que se encontró en la puerta de cruce internacional garita Este / San Ysidro, coincide con la respuesta a la variable *seguridad* que se abordó en la gráfica 1, y donde se expusieron las razones del sentirse seguro como aquí positivo.

Figura 4: Retos Que Enfrenta



Aquí se exponen los datos sobre el último punto del instrumento: Se solicitó al sujeto de estudio hiciera una sugerencia en pro de mejoras en la zona fronteriza y garitas peatonales. La figura exhibe los indicadores que arrojaron más frecuencia, los mismos que se relacionan directamente con las variables de estudio imagen y seguridad. Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se expuso al inicio del presente trabajo: el principal objetivo de estudio es identificar los factores que inciden en la imagen y seguridad en las garitas internacionales de cruce peatonal Este, Oeste y Puerta México Este en la frontera Tijuana, Baja California, entonces fue necesario considerar la opinión de la muestra poblacional, a quien se le pidió sugerir sobre lo que hoy en día esta desatendido y requiere cuidado. Aquí el porcentaje más alto con un 40% de la muestra, correspondiente a usuarios que utilizan la Entrada a México, así como el 39% de usuarios detectados en la garita Este San Ysidro, coinciden y enfatizan sobre mejoras en infraestructura y urbanización situación detectada y reconocida por el Gobierno Estatal (2014) y que en el *Diagnostico Estratégico* Del Plan Nacional de Desarrollo, en su página 26 a la letra versa “ un reto importante de la actual Administración Estatal es proporcionar a la población de estas regiones la oferta de infraestructura social básica.... y urbanización, además de la promoción turística y del mejoramiento de su imagen, y al día de hoy, la muestra poblacional ciertamente enfatizó sobre la necesidad de luminarias, sanitarios públicos, orden en el uso de espacios por locatarios y comerciantes, botes de basura y servicios de recolección de residuos sólidos, así como mantenimiento en áreas verdes. Al respecto de la urbanización, Borja & Castells (2000), indican que desde la planeación, dicho aspecto debe estar orientado fundamentalmente a la organización de elementos en la ciudad, de forma tal que aporten y ofrezcan un bienestar a la población. Entre dichos elementos se encuentran aspectos tales como fuentes, bancas de descanso, áreas verdes, módulos de información, entre otros, pues es un todo conocido como imagen urbana. En ese sentido, se observa que un alto porcentaje de la población encuestada y en referencia a las figuras expuestas previamente, perciben como desagradable la imagen urbana, y que para Echtner y Ritchie (2003) la gestión de la imagen que permita una percepción atractiva del lugar, es uno de los retos más importantes en materia de promoción.

El 39% de personas que se encontraban en la garita Oeste/Pedwest, opinó sobre consideraciones en cuanto a infraestructura, que va de la mano con la urbanización. Los sujetos agregaron que es necesario atender aspectos específicos que requieren personas con capacidades limitadas, con sobrepeso y de la 3ra edad, entre dichos aspectos, indicaron la necesidad de otras puertas adecuadas en acceso a los edificios como abatibles o con sensores, semáforos sonoros y marcas táctiles en los andadores. Aquí es oportuno resaltar a Palafox (2003), “La falta de una política de planificación integral hace que la modernización

acentúe los problema políticos y socioeconómicos y culturales” (pp. 104 -107). Existe la necesidad de adoptar políticas públicas que promuevan y amplíen las facilidades a los usuarios, que a la vez mejorarán los atributos de la imagen, Echtner y Ritchie (2003), señalan la necesidad de políticas que promuevan y amplíen las facilidades, así como las mejoras.

CONCLUSIONES

El objetivo que se planteó en esta investigación a través de los resultados obtenidos en el proyecto “Promoción de imagen y certidumbre turística en la garita internacional de cruce peatonal Tij/SY/Tij”, fue analizar e identificar las variables que inciden en la seguridad e imagen en la garita internacional de cruce internacional de Tijuana, Baja California, México con San Ysidro, California Estados Unidos de América en sus tres puertos de entrada, los retos y desafíos que enfrentan cotidianamente los usuarios y turismo transfronterizo, que permite reflexionar sobre la coexistencia de diversos aspectos presentes en contexto de frontera como la interdependencia, política, economía, seguridad, comercio, imagen, medio ambiente, paisajes, atractivos socioculturales, idiomas, que de alguna manera enriquecen los distintos escenarios con particulares cualidades, por ello la situación de frontera no debería percibirse como amenazas o debilidades, más bien como oportunidades y fortalezas.

Bajo este escenario y con la necesidad de fortalecer la organización y participación social la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), dará continuidad a esta investigación desde el ámbito académico con creación de un observatorio permanente en tiempo real del fenómeno cotidiano del cruce peatonal transfronterizo, para evaluar las posibilidades de desarrollo y crecimiento a partir de distintas redes de cooperación y colaboración que permitan lograr la vinculación con los diferentes actores involucrados, en la zona a fin analizar e identificar los factores de la seguridad e imagen que impactan el turismo en la región Tijuana, Baja California México y San Diego, California Estados Unidos. Aprovechar las áreas de oportunidad e intercambio ideas, propuestas pertinentes que contribuyan positivamente de manera concertada con los desafíos y retos que exigen atención, análisis y posibles soluciones, de los principales actores como responsables políticos, prestadores de servicios turísticos que contribuyen de manera directa en acciones y decisiones de políticas públicas, cuya aspiración final debe ser una transformación significativa que beneficie a la comunidad garantizando la seguridad del turismo como detonante del desarrollo en la región transfronteriza en el área de estudio, en ese sentido Silveira y Silveira (2009), destacan que no es posible conseguir el éxito en la gestión si no se considera al entorno, los actores y a las variables.

Los hallazgos del estudio señalan la ausencia de movimiento transfronterizo en ciertas áreas, afectando la actividad económica en negocios medianos, y pequeños comerciantes, lo que deduce que se deben implementar acciones, planes y programas en los que deben formar parte los 3 órdenes de gobierno federal, estatal y municipal, así como los mismos comerciantes, empresarios y organizaciones relacionadas a la dinámica turística, que auxilien directamente a subsanar aspectos relacionados con seguridad e imagen que han venido mermando el interés de los visitantes y turistas, por realizar el cruce en determinados horarios, tal situación repercute en familias que viven de la actividad turística, en este escenario, es pertinente señalar lo observado por la Organización Mundial del Turismo (O.M.T. 1999) en relación a la planificación como principal forma de obtener ganancias reales y duraderas para todos los actores que participan del turismo.

A partir del inicio de obras de remodelación e innovación de las garitas peatonales se afectaron atractivos como plazas comerciales y lugares de entretenimiento del área. Retomando la investigación y resultados antes descritos la Universidad Autónoma de Baja California, en el intento de lograr una integración con los actores relacionados al turismo fronterizo en la zona de intervención, realizó una reunión informativa con los principales actores, en el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana e hizo entrega de los resultados obtenidos, con el propósito de que la información compartida se promueva, utilice y permita

una transformación loable y detonante del desarrollo turístico en la región, como acertadamente señala Pforr, (2006) los procesos de relación entre los diversos agentes involucrados, debe suponer una transformación. El turismo y su dinamismo, impacta de manera global, por ser una de las actividades más lucrativas que inciden directamente las economías de los países, México ha fortalecido el turismo llevando acciones para garantizar la seguridad en su territorio, sin embargo, no ha sido suficiente; en los últimos años el turismo ha experimentado una débil vinculación interinstitucional de los tres niveles de gobierno, empresarios, comerciantes y la sociedad civil, y en la agenda binacional son muchos los temas a negociar siendo prioridad lo que respecta a los cruces y puertos fronterizos a lo largo de la frontera en particular aspectos de seguridad, agilización de los cruces tanto de carga como de pasajeros y peatonales.

Las principales alertas de seguridad nacional y hemisférica de la mayoría de los países incluyendo a México son el crimen organizado, narcotráfico, tráfico de armas, de personas, los problemas ambientales, como parte de la influencia de la globalización y los nuevos conceptos de seguridad internacional. Después de los hechos ocurridos el 11 de septiembre del 2001, en los Estados Unidos se valora el hecho de que la seguridad interior puede verse afectada por entornos que se generan desde el exterior inquietando a Estados Unidos la porosa frontera sur con México, por ello surgen bajo los conceptos de combate al terrorismo los nuevos esquemas de seguridad, reestructurando sus instituciones y conceptos sobre seguridad, buscando responder a nuevos esquemas preventivos que prioricen el *Homeland security*.

México hasta cierto punto ha tenido una postura ambivalente, en cuestiones de seguridad, pero ha tenido que implementar acciones de seguridad transfronteriza no solo por la vecindad, sino por el esquema de intereses y el perímetro de seguridad e influencia de la política estadounidense después de los actos terroristas perpetrados en su territorio, que ha precisado definir el resguardo y protección de sus fronteras principalmente en las más vulnerables como es la región Tijuana-San Diego. Asimismo, un reto importante son cooperación y agenda bilateral relacionada con la planeación e instrumentación de proyectos conjuntos como ha sido recientemente la modernización de puertos y cruces fronterizos entre México y Estados Unidos, no solo por asimetría preexistente entre ambos países sino porque la toma de decisiones que conlleve al logro de los objetivos en tiempo y forma, implica tener buena disposición para negociar considerando aspectos susceptibles de seguridad y soberanía, así como reflexionar sobre cuestiones económicas, políticas, sociales y culturales.

Sin embargo, existen ciertos detonadores que impulsan la caída del turismo en México, por la problemática de índole social y de falta de seguridad al turista que desencadenan una imagen negativa del país, además de la percepción del destino que está íntimamente integrada por las creencias de los turistas sobre los atributos del punto a visitar, igualmente la difusión de la narcoviolencia que impacta particularmente en la frontera México-Estados Unidos, donde se redujo drásticamente el flujo fronterizo de turistas estadounidenses, Tijuana, Playas de Rosarito y Ensenada, experimentaron una ausencia casi total de turistas debido a los índices de inseguridad (Martínez, Ruiz, y Verján, 2010). Cuestionar el impacto de la seguridad en el turismo resulta complejo ya que implica un sinfín de posibilidades en la certidumbre del turista, puede contradecirse la realidad ofertada como destino turístico e influenciada en ocasiones por los medios de comunicación masivos que ejercen temor y desconfianza, en relación con la seguridad personal, jurídica, económica, sanitaria, social e incluso de derechos humanos y psicológica, que repercuten severamente en la industria turística.

A pesar de todo lo planteado, la revista *National Geographic Traveler*, en su edición de noviembre del 2015, ha nombrado a la región binacional de San Diego/Tijuana, uno de los mejores destinos de viaje para el 2016, en el listado de "*Best of The World*" en el que se eligieron solo 20 lugares de todo el mundo, resaltando el flujo de cultura, cocina y arte entre las dos ciudades, principalmente entre otros tantos atractivos, aspecto interesante como en el artículo se recomienda tomar el trolley en San Diego y dirigirse a la frontera en Tijuana, donde es preferible caminar o pedir un taxi para transitar por la Avenida Revolución, ya que es una de las calles más conocidas y de mayor interés histórico para la ciudad, se le

llama “La ciudad más visitada del mundo”, es importante resaltar que también existe percepciones positiva para promover el turismo en la región con una percepción positiva de la seguridad, aspectos que debemos retomar como retos para mejorar la seguridad y sus repercusiones en el turismo en la región Tijuana, B.C.–San Diego, California.

REFERENCIAS

Arellano, R. (2002). *Comportamiento del Consumidor*. Mc.GrawHill: México.

Arteta A. (2010). *La complicidad del espectador indiferente*. Madrid: Alianza Editorial.

Aumedo Dorantes y Mundra (2003). “Perfil de los trabajadores transfronterizos en México”. *Revista de Comercio Exterior*. Vol. 53, Núm. 12. Diciembre de 2003. Recuperado el 10 de noviembre de 2017 en: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/60/8/RCE.pdf>

Baloglu, S. y McCleary, K. (1999). *A model of destination image formation*. *Annals of Tourism Research*, pp. 868-897.

BDAN (2017). *Análisis de los Proyectos de Puertos Fronterizos en la Frontera México–Estados Unidos*. Banco de Desarrollo de América del Norte BDAN. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, en: http://www.nadb.org/Reports1/Press_Releases/spanish/2017/POES.pdf

Blanco Herranz, F. J. (2004). *Reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística*. *Estudios Turísticos*, 160, pp. 5-29.

Benedetti, A. (2013). *Los espacios fronterizos binacionales del sur sudamericano en perspectiva comparada*. Recuperado el 12 de septiembre de 2017 en: <https://www.colef.mx/deap/wp-content/uploads/2015/02/2013-Geopantanal.pdf>

Borja J. & Castells M. (2000). *Local y global, La gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus: México.

Bringas, N. (1991). *Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana*, El Colegio de la Frontera Norte. México.

Bringas, N. (1991). *Diagnóstico del sector turístico en Tijuana* en Nora Bringas y Jorge Carrillo (Coord.). *Grupos de visitantes y actividades turísticas*. Tijuana, México, Departamento de Estudios Sociales. El Colegio de la Frontera Norte. México. Serie Cuadernos.

Bringas Rábago, N. y González Aguirre, J. I. I. (2003). *Algunos aspectos sobre el turismo en la frontera norte de México*. En Valenzuela Arce, J. M. (Comp.): *Por las fronteras del Norte: Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Arte. México, D. F., pp. 272-301.

Bringas, N. y Verduzco, B. (2008). *La construcción de la frontera norte como destino turístico, en un contexto de alertas de seguridad*. El colegio de México. México. Recuperado el 24 de agosto de 2017 en: <http://lanic.utexas.edu/project/etext/colson/42/1.pdf>

Briones, G. (2002). *Metodología de la Investigación Cuantitativa en las Ciencias Sociales*. Bogotá, Colombia: ARFO Editores.

Crompton, J. (1979). "Motivations for Pleasure Vacations", *Annals of Tourism Research* 1979, VI (4): 408–424.

Crompton, J. (1979). *An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image*. Recuperado en 17 de enero de 2018 en:<http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2011/06/Full-Text67.pdf>

De la Torre Padilla, Oscar. 1997. *El turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.

Descubre Baja California (2015). *Primera etapa del cruce fronterizo El Chaparral*. Descubre Baja

Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (2003). *The meaning and measurement of destination image*. Recuperado el 17 de enero de 2018 en:
https://www.jcu.edu.au/__data/assets/pdf_file/0006/122487/jcudev_012328.pdf

Dichter, E. (1985). *What's in an image? Journal of Consumer Marketing*. Recuperado el 16 de enero de 2018 en:<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/eb038824>

Gobierno del Estado de Baja California (2014). *Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Baja California 2014-2019*. Recuperado el 27 de agosto del 2017, en:
www.bajacalifornia.gob.mx/portal/gobierno/ped/doctos/infraestructura.pdf

Gobierno de Baja California (2015). *Diagnóstico Estratégico (Archivo PDF)*. En línea. Recuperado el 21 de septiembre de 2017 en:
http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/gobierno/ped/doctos/diagnostico_estrategico.pdf

Gobierno de la Republica (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Programa Sectorial de Turismo*. Recuperado el 27 de agosto del 2017, en:
[file:///C:/Users/UABC1/Downloads/programa_turismo%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/UABC1/Downloads/programa_turismo%20(4).pdf)

Heyman, J. (2012). *Construcción y uso de tipologías: movilidad geográfica en la frontera México-Estados Unidos*. El Colegio de la Frontera Norte.

Ibarra, O. (2009). *Estadística para la Administración Turística*. Trillas: México.

INEGI y U.S. Census Bureau (2015). *INEGI Tabulados y Micro datos de la Encuesta Intercensal 2015*. U.S. Census Bureau, 2011-2015 American Community Survey 5-Year Estimates.

Jasso, C. (2013). *Percepción de Inseguridad en México*. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. En línea. Recuperado el 19 de enero del 2018 en:<https://libcon.rec.uabc.mx:4432/journal/revista-mexicana-de-opinion-publica/vol/15/suppl/C>

Kerlinger, F. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México, D.F., Editorial Interamericana.

Kessler, G. (2009). *El sentimiento de inseguridad*. Sociología del temor al delito, Siglo XXI: Argentina.
Kotler, P. et al. (1994). *Mercadotecnia de localidades*. México: Diana.

Martínez, O. C., Ruiz, J. G. y Verján, R. (2010). *Vive México: estrategia de promoción para reactivar el sector turístico en México*. Perspectiva de un mercado emisor. Universidad Autónoma de Baja California.

Máynez Guaderrama, A. I. et al. (2012). *La relación entre la competitividad y la imagen percibida de los destinos turísticos mexicanos*. Estudios y Perspectivas en Turismo. Pp. 1215-1221.

Municipio de Tijuana. *Plan Municipal de desarrollo 2014-2016*. Recuperado el 18 de octubre de 2017 en: <http://www.tijuana.gob.mx/pmd/pmd%202014%20a.pdf>

National Geographic (2015). “Best trips 2016. San Diego/Tijuana. Coolest Border Crossing”. National Geographic Travellers. Recuperado el 18 de octubre de 2017 en: <http://travel.nationalgeographic.com/travel/best-trips2016/#/bowtijuana-mexico>

Newby, A. (2006). *Border Crossing and Settlement in El Paso, Texas: Understanding Transborder Actors*. Annual Meeting, Montreal, Canada

Oliveros, L. A. (2002). *El concepto de frontera en el contexto y en la perspectiva de la integración andina*, Documentos sobre la Integración Andina – CAN. Recuperado el 09 de octubre de 2017 en: www.comunidadandina.org

OMT (1999). *Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal*, edición para América Latina y Caribe. Madrid. Recuperado el 21 de enero del 2018 en: http://www.academia.edu/9391482/Agenda_para_Planificadores_Locales_TURISMO_SOSTENIBLE_Y_GESTI%C3%93N_MUNICIPAL_EDICI%C3%93N_PARA_AM%C3%89RICA_LATINA_Y_EL_C%C3%80RIBE

Orgaz Agüera, F. y Moral Cuadra, S. (2014). “El mercado binacional como recurso turístico en la frontera dominico-haitiana”. Un análisis cuantitativo. *Investigaciones Turísticas* N°8, julio-diciembre 2014, pp. 46-62. ISSN: 2174-5609.

Palafox, A. (2003). *Desarrollo Sustentable del Turismo*. CA Turismo: México

Pforr, C. (2006). “Tourism policy in the making. An Australian network study”. *Annals of Tourism Research*, 33 (1), pp. 87–108.

Instituto Mexicano del Transporte (2014). *Modelo conceptual de un puerto fronterizo y plataformas para simular su operación*. Secretaria de Comunicaciones y Transporte. Publicación Técnica No. 408 Sanfandila, Qro. Recuperado el 18 de noviembre de 2017 <http://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt408.pdf>

Silveira, J. M. & Silveira, C. E. (2009). *La evolución del marketing de destinos: su sinergia con la planificación turística*. Estudios y Perspectivas en Turismo. Recuperado el 20 enero de 2018 en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v18n5/v18n5a02.pdf>.

South County Economic Development Council. (2016). *PedWest Border Crossing*. Retrieved from South County Economic Development Council filed a letter with the US Consul regarding safety concerns with the new PedWest: Recuperado el 18 de septiembre de 2017 en: <https://www.facebook.com/PedWestBorder/photos/a.1801048640129171.1073741828.1800964173470951/1807955766105125/?type=3&theater>

Stanko, E. (1995). “*Women, Crime and Fear*. *Annals of the American of Political and Social Science*”, vol. 539. Recuperado el 27 de enero de 2018 en: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002716295539001004>

Timothy, J. (2001). *Tourism and Political Boundaries*. Londres y Nueva York: Routledge.

Tribune, S. (2015). *Chronology: San Diego-Tijuana border región*. sandiegouniontribune.com. Recuperado el 18 de octubre de 2017 en: <http://www.sandiegouniontribune.com/news/border-baja-california/sdut-chronology-us-mexican-border-tijuana-history-2015mar23-story.html>

Valenzuela Arce, J. M. (2003). *Por las fronteras del norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos*. México: Fondo de Cultura Económico.

Walklate, S: (1998). *Crime and Community: Fear or Trust?*. The London School, of Economics and Political Science. PDF. Recuperado el 03 de febrero de 2018 en:<http://libcon.rec.uabc.mx:3953/stable/pdf/591288.pdf>

Watson, D. (2000). *Mood and temperament*. New York: Guilford Press.

Zapata-Barrero R. & Ferrer-Gallardo, X. (2012). *Las fronteras en la época de la movilidad*. Barcelona, España: Editoriales Bellaterra.

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecen el apoyo brindado a la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California, asimismo los comentarios y sugerencias de los árbitros y editores del IBFR, los cuales contribuyeron a mejorar la calidad de esta investigación.

BIOGRAFÍA

Adriana Guillermina Ríos Vázquez, es Doctora en Estudios de Desarrollo Global por la Universidad Autónoma de Baja California UABC, actualmente es profesora de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la UABC, con líneas de investigación y estudio en: Cooperación y Seguridad Transfronteriza, Política Exterior, Políticas Públicas, Migración, Turismo y Mercadotecnia; Derechos: Internacional Público, Humanos, Diplomático y Consular.

Jesús Amparo López Vizcarra, es Maestra en docencia con énfasis en lingüística, profesor de asignatura en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la UABC, con líneas de investigación y estudio en: Turismo, Mercadotecnia y Traducción.

ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LAS PUBLICACIONES RELACIONADAS CON PROYECTOS EDUCATIVOS EN CARRERAS DE CONTABILIDAD Y SU GESTIÓN EN SCOPUS

Dayanna Johanna Cherrez Pacurucu, Universidad Politécnica Salesiana

Jorge Luis García Bacuilima, Universidad Politécnica Salesiana

Gabriela Isabel Araujo Ochoa, Universidad Politécnica Salesiana

RESUMEN

La importancia de realizar un proyecto educativo es llevar un manejo eficaz con la participación de los estudiantes; implementando y evaluando actividades que pasan de la teoría a la práctica en la vida real o situaciones simuladas, siendo de mucha ayuda para que los estudiantes puedan mejorar y desarrollar sus competencias profesionales. El presente artículo presenta los resultados de un análisis bibliométrico de las publicaciones relacionadas con proyectos educativos en Carreras de Contabilidad; tomando como principal información la base de datos Scopus en el periodo de 1983 hasta el 2017. Se revisó un total de 1359 artículos; se constata que en los últimos cinco años hubo un creciente desarrollo de las investigaciones teóricas en esta materia. Finalmente, se analiza los indicadores bibliométricos, se estudia la productividad por país, año, revista, investigador e institución.

PALABRAS CLAVE: Proyectos Educativos, Contabilidad, Competencias, Bibliometría, Indicadores Bibliométricos

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PUBLICATIONS RELATED TO EDUCATIONAL PROJECTS IN THE ACCOUNTING FIELD AND ITS MANAGEMENT IN SCOPUS

ABSTRACT

The goal of carrying out an educational project is to produce effective management with the participation of the students. Projects involve implementing and evaluating activities that go from theory to practice in real life or simulated situations. Through this process, students improve and develop their professional skills. This article presents the results of a bibliometric analysis of publications related to educational projects in Accounting Careers. We use the Scopus database in the period from 1983 to 2017. A total of 1,359 articles were reviewed. In the last five years there was a fast-growing development of theoretical research in this area. Bibliometrics indicators are analyzed, to identify productivity by country, year, magazine, researcher and institution.

JEL: I21, I23, M41, C42, D83

KEYWORDS: Educational Projects, Accounting, Competences, Bibliometrics, Bibliometric Indicators

INTRODUCCIÓN

La sociedad francesa fue la primera en iniciar con el paradigma de la formación al desarrollo, asumidos por el Proyecto Histórico Educativo de la Nación en el año de 1789 con la Revolución Francesa quien pone importancia en la educabilidad del ser humano y su desarrollo permitiéndole adquirir un compromiso social y solucionando los problemas. Por el contrario, el autor (Avendaño, 2010) también nos menciona que la sociedad alemana propone un paradigma diferente, que se centra en lo social de la educación, quien pretende la formación interior del individuo, permitiendo tener éxito en lo social. Los conceptos modernos, los métodos, las técnicas y las herramientas que facilitan la implementación de cualquier proyecto se fueron desarrollando en los años 50, tras la Segunda Guerra Mundial (Marín, 2011), posteriormente se empieza a escuchar de proyectos en el ámbito educacional en la Universidad de Case Western Reserve de Estados Unidos y en la Universidad de McMaster en Canadá en la década de los 60, a través de la metodología de aprendizaje basado en proyectos con el propósito de ayudar a mejorar la calidad de educación de la universidad mediante un trabajo de problemas a desarrollar (Sola, 2013).

En algunos países de América Latina se inició en los años 80 con las reformas educativas, también se indica que varios especialistas de educación toman diferentes posiciones como; asumir las propuestas como las únicas viables o rechazarlas y volver a los proyectos educativos de los años 50 o 60, ya que no hay una reforma que justifique el cómo asumir elementos necesarios de la actualidad. (Díaz y Inclán, 2001) En 1990 la Secretaría de Educación Pública de México crea un programa de evaluación y mejoramiento de nivel educativo e investiga sobre otros países como Francia, Alemania, Gran Bretaña, Estados Unidos y Japón que tienen experiencias exitosas en la investigación y se dan cuenta que los nuevos egresados no cumplen con las expectativas de un buen rendimiento; por lo que concluyen que es necesario profesionales con más preparación, con menos teoría y más prácticas.

Es por eso, que en 1991 se implementa un nuevo proyecto que sea de incentivo con las tres primeras: Universidades Tecnológicas en Nezahualcóyotl, Estado de México; Tula-Tepeji, Hidalgo y Aguascalientes, Aguascalientes, con la finalidad de que se pueda formar un programa para los individuos desempeñando como empleados en una empresa o creando su propia empresa (Romero, Martínez, López y Murillo, 2014). Según Ramírez y Medina (2008) dice que en el año 1999 se hacen constantes cambios en los sistemas educativos en diferentes países, después de una reunión entre los presidentes de algunos países se llegó a un acuerdo de acercar a los estudiantes de educación superior al campo laboral desde las aulas de clase, por lo que es importante señalar a los proyectos educativos en dos orientaciones, la primera es crear profesionales con competencias y conocimientos de acuerdo a sus profesión y emprender la comprensión de la teoría, con el objetivo de que los estudiantes tengan una mejor calidad de educación. Por otra parte, en Latinoamérica según Amado, Cristalino y Hernández (2004) nos menciona de cómo es afectado el Estado Venezolano en los factores educativos quien da alternativas de solución a la misma, sin embargo, cada sociedad debe tener un sistema educativo en un paradigma de formación, es de suma importancia proponer en el país un paradigma que permita contribuir con el mejoramiento de un fundamento y la claridad a la Educación con los problemas que la afectan basándose en los proyectos. Varios autores llegan a la conclusión de que implementar un proyecto educativo es llevar un manejo de manera activa con los estudiantes que plantean, implementan y evalúan actividades que tienen aplicación en el mundo real más allá del aula de clase. Involucrarse en un proyecto permite llevar a la práctica las ideas para resolver un problema, necesidades y asuntos relevantes que se generan en los entornos académicos y sociales, también generar nuevos conocimientos y nuevas actitudes al enfrentarse a actividades auténtica Fernández, Luna, y García (2015). Existen varios tipos influyentes de proyectos educativos como: los proyectos colaborativos, los proyectos educativos con vocación comunitaria, los proyectos educativos en el área social.

Según el autor Martí, Heydrich, Rojas y Hernández (2010), nos dicen que al aplicar trabajo en equipo es mejor para que los estudiantes puedan llevar su propio aprendizaje y compartir sus ideas con sus compañeros y docentes lo cual llamaríamos un proyecto colaborativo. Plantea Pérez (2008), a los proyectos

colaborativos como una estrategia que pueden desarrollar los estudiantes con el fin de obtener más conocimiento y requerir experiencia al solucionar problemas. Otros proyectos que se han destacado en la última década son los que han aplicado el aprendizaje servicio (Martínez 2008), como lo menciona Chiang (2008), en donde los proyectos educativos con vocación comunitaria que consiste en una técnica de la educación formal en el aula con las experiencias de la vida real y los problemas que enfrenta el mundo real, es una forma de aprendizaje que brinda un servicio a la comunidad, mientras que los estudiantes refuerzan sus conocimientos de manera positiva. Para Huber y Mafi (2013) un proyecto con vocación comunitaria es ayudar a quien lo necesita y a su vez es una experiencia de aprendizaje en el mundo real, en donde los estudiantes pueden tomar decisiones y darlos a conocer.

El proyecto educativo en el área social hace una mezcla en lo que es la teoría y la práctica, es decir realizar actividades en situaciones simuladas, ayudando a desarrollar competencias y/o habilidades sociales que permiten a los educadores actuar de manera eficaz en ámbitos de la vida (Santibañez, 1993).

Por otra parte, los análisis bibliométricos, ayudan a valorar la producción intelectual y su difusión, pero requieren de juicios adicionales que pongan en contexto los resultados y los distintos usos de este tipo de mecanismos (Santos, 2012), debido a que no se encontró ningún estudio bibliométrico que analiza el comportamiento de la producción científica de proyectos educativos en carreras de contabilidad. Su objetivo es conocer el estado actual de las publicaciones, el análisis se lo realiza a partir de los registros bibliográficos de artículos científicos, encontrados en la base de datos Scopus y publicados en el periodo 1983-2017, Analiza el estado del arte de los proyectos y sus principales contribuciones, como también las posibles líneas de investigación futuras. Este trabajo de investigación está organizado como sigue. En la sección de revisión literaria presenta los temas que se van a utilizar en esta investigación. En la sección de metodología se presenta los métodos que se utilizó para desarrollar esta investigación. En la sección de resultados y discusión se presenta los resultados de un análisis bibliométrico de la producción científica mundial con la temática proyectos educativos en carreras de contabilidad, determinando los indicadores bibliométricos en publicaciones por años, países con mayor productividad, autor, institución y revistas que más publican sobre el tema. En la sección de conclusiones se presenta lo criterios encontrados por los resultados obtenidos y los futuros trabajos a desarrollarse.

REFERENCIA LITERARIA

Proyectos Educativos

Tener una gestión educativa involucra a las instituciones educativas a tomar decisiones y proponerse a realizar proyectos educativos que sean de necesidad para los estudiantes en todos los campos, esto será de ayuda para tener una perspectiva más extensa en el entorno. Pero algunas instituciones no lo hacen porque tienen trabas de los ministerios de educación, por ejemplo, las instituciones de Colombia que no pueden desarrollar estos proyectos porque el ministerio de educación niega los recursos financieros a entidades públicas de educación superior, específicamente a los politécnicos (Botero, 2015) Los proyectos educativos son modelos en que los estudiantes son participantes para planear, desarrollar y evaluar situaciones desde un aula de clase, en donde los estudiantes toman una responsabilidad grande frente a su aprendizaje y lo aplican en la vida real, sus competencias, habilidades y conocimientos. Es un aprendizaje donde los estudiantes crecen intelectualmente, y como persona al valorarse y ver más allá de lo estandarizado (Rodríguez, 2012).

Para la construcción de un proyecto educativo en contabilidad, tiene que estar compuesto por la comprensión de lo que trata un proyecto educativo, también tiene que saber cuál es el propósito al que se quiere llegar, incluyendo a los involucrados y el entorno, posteriormente saber la representación de contabilidad y la importancia de construir un proyecto, por último, conocer los conceptos básicos como currículo, pedagogía y evaluación. Después de lo mencionado un estudiante puede tener la oportunidad de alineación con la contabilidad en un proyecto educativo y este ayudará también a mostrar con claridad la

profesión en otros campos como: economía, administración, derecho, para que el estudiante pueda estar preparado de cómo resolver los problemas reales de las instituciones (Rojas y Ospina, 2011). El autor Marín (2011), menciona los tipos de proyectos según la temática, el ámbito y los objetivos del estudio como podemos observar en la tabla 1.

Tabla 1: Tipos de Proyectos. Tomado de (Marín, 2011)

Según Tipos	Proyectos
TEMÁTICA	Proyectos socioeconómicos Proyectos culturales Proyectos de infraestructura Proyectos científicos Proyectos educativos
ÁMBITO	Proyectos nacionales Proyectos regionales Proyectos internacionales
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	Proyectos de desarrollo Proyectos de investigación Proyectos de información

En esta tabla se menciona otros tipos de proyectos según diferentes categorías como: temática, ámbito y objetivos del estudio, que dentro de la temática se encuentra los proyectos educativos, también están los proyectos socioeconómicos, culturales, de infraestructura, científicos. En el ámbito están los proyectos nacionales, regionales e internacionales. Y dentro de los objetivos, tenemos los de desarrollo, investigación información. Tomado de (Marín, 2011)

Aprendizaje Basado en Proyectos

Menciona Galeana (2006), que un aprendizaje basado en proyectos es una forma de integración, para trabajar por un proyecto en donde se pueda solucionar problemas reales, con la idea de que preparar a los estudiantes para grandes oportunidades de aprendizaje. Tomando en cuenta el grado de importancia que tiene un aprendizaje basado en proyectos son muchos los beneficios que este modelo ofrece ya que ayuda a que los estudiantes tengan un aumento en la motivación dada por el docente, también ayuda a obtener un mejor aprendizaje de manera significativa como colaborativa, permite que los estudiantes apliquen los temas en situaciones que se puedan desarrollar y con este método de aprendizaje ayuda a que el estudiante tenga una mejor retención de información a largo plazo. Según Huber (2008), define el método de los participantes en el proyecto de aprendizaje:

El aprendizaje tiene su base en un interés auténtico y/o en una iniciativa.

Los estudiantes discuten sus intereses y las perspectivas alternativas del tópico, aconsejando uno al otro.

Desarrollan su propio ámbito de actividad (limitando propuestos, planificando, tomando decisiones, etc.).

Suspenden sus actividades de vez en cuando, para reflexionar su proceder, intercambiar ideas, etc.

El proyecto termina en un punto determinado, cuando se ha logrado la tarea. P.74

Competencias

La educación basada en competencias es una parte fundamental para dar una respuesta a la sociedad de la información, ya que se define como una afinidad de los comportamientos sociales, las habilidades que permiten desarrollar una actividad. Para lograr estas competencias es necesario saber que no se trata de algo hereditario ni de potencialidades que se desarrollan con el tiempo, sino se trata de una construcción de cada persona y definiendo cuál será el proyecto que va a realizar, esto le ayudará a que el estudiante tenga un conocimiento de las situaciones y estar preparado para cualquier escenario (Vázquez, 2001). De acuerdo a Tobón (2008), define a las competencias en diferentes aspectos como, los procesos, que son trabajos que tienen un inicio y un final partiendo de la información hasta llegar a los resultados, mientras que los

procesos complejos son la mezcla de conocimientos y habilidades que necesitan las competencias para tener una evolución, otro aspecto de las competencias es el desempeño que es la acción entre el desarrollo de actividades, el análisis y la solución de problemas basados en la realidad, así como también la idoneidad ya que permite tener criterio de calidad, seguido de los contextos que ayuda al ser humano a desenvolverse dentro de los medios, ambientes y ámbitos y el último aspecto es la ética que son los valores del ser humano para tener responsabilidad de los actos, sean buenos o malos. Para lograr un aprendizaje es necesario dar un conocimiento profesional a los alumnos, como intercambios, pasantías, que son experiencias de integración a los cursos en el ámbito real. Las competencias, conocimientos y habilidades de los alumnos tienen que tener relación laboral. Desde hace tiempo atrás muchos aplican las competencias para un mejor rendimiento. La competencia es el resultado de aspectos profundos, como la comunicación, la creatividad, el análisis y la solución de problemas, que permiten llegar a diferentes tipos de competencias. (Palma, De los Ríos, Miñán y Luy, 2012), este autor muestra los diferentes tipos de competencias.

Tabla 2: Elementos de Competencia. Tomado de (Palma, de los Ríos, Miñán y Luy, 2012)

1-Competencias Técnicas	2-Competencia de Comportamiento	3-Competencias Contextuales
1.01 Éxito en la dirección de proyectos	2.01 Liderazgo	3.01 Orientación a proyectos
1.02 Partes interesadas	2.02 Compromiso y motivación	3.02 Orientación a programas
1.03 Requisitos y objetivos del proyecto	2.03 Autocontrol	3.03 Orientación a carteras
1.04 Riesgo y oportunidad	2.04 Confianza en sí mismo	3.04 Implantación de proyectos, programas y carteras
1.05 Calidad	2.05 Relajación	3.05 Organizaciones permanentes
1.06 Organización del proyecto	2.06 Actitud abierta	3.06 Negocio
1.07 Trabajo en equipo	2.07 Creatividad	3.07 Sistemas, productos y tecnología
1.08 Resolución de problemas	2.08 Orientación a resultados	3.08 Dirección de personal
1.09 Estructuras del proyecto	2.09 Eficiencia	3.09 Seguridad, higiene y medio ambiente.
1.10 Alcance y entregables	2.10 Consulta	3.10 Finanzas
1.11 Tiempo y fases del proyecto	2.11 Negociación	3.11 Legal
1.12 Recursos	2.12 Conflictos y crisis	
1.13 Costo y financiación	2.13 Fiabilidad	
1.14 Aprovisionamiento, y contratos	2.14 Apreciación de valores	
1.15 Cambios	2.15 Ética	
1.16 Control e informes		
1.17 Documentación e información		
1.18 Comunicación		
1.19 Lanzamiento		
1.20 Cierre		

En esta tabla se habla sobre los diferentes elementos que se debe tener para una competencia del estudiante, mismo que ayuda a tener resultados más profundos como la creatividad, la comunicación y la resolución de problemas. Los elementos de competencias se dividen en competencias técnicas, competencias de comportamiento y competencias contextuales. Fuente, tomado de (Palma, De los Ríos, Miñán y Luy, 2012)

Bibliometría

Para analizar las publicaciones, y en consecuencia el conocimiento emergente, se utilizan los estudios bibliométricos que comienzan a partir de la primera guerra mundial, hubo grandes problemas sociales en los países desarrollados, lo que hizo que estos países se implementen un nuevo sistema para poder analizar estas falencias con un método que integre a todos los países, pero con el pasar del tiempo esto se volvió

complicado en vista de que la producción científica iba creciendo en los países desarrollados, por lo que cada país tuvo que implementar su propio método de producción científica (Velasco, Eiros, Pinilla y San Román, 2012). Para analizar las publicaciones de las revistas se utilizan los estudios bibliométricos que son análisis cuantitativos de unidades de publicación físicas, de citas bibliográficas (Broadus, 1987). Son de ayuda para catalogar, clasificar y cuantificar los conocimientos de una disciplina dada, es una técnica surgida a inicios del siglo pasado. La bibliometría antes era llamada como “bibliografía estadística”, ya que es la aplicación y relación de métodos estadísticos y matemáticos que analizan documentos, productores y consumidores que miden la calidad de las publicaciones de revistas o libros (Hood y Wilson, 2001). Ahora en la actualidad la bibliometría es un tratamiento y estudio que nace de las publicaciones científicas (Bordons, 1999). También esta medida es enfocada para los centros de estudios de organismos internacionales, gubernamentales y universitarios, y se logra un nivel de producción de conocimiento en base al trabajo conjunto (Cortes, 2007).

Para lograr este análisis bibliométrico se tiene en cuenta las leyes de la bibliometría que según estos autores Cortes (2007) y Ardanuy (2012) los definen como: La ley de Lodka (relación cuantitativa entre autores y artículos producidos), Ley de Branford (número mínimo de revistas, gran cantidad de bibliografía) y Ley de Zipf (palabras específicas en textos seleccionados).

Indicadores Bibliométricos

Para realizar un análisis bibliométrico es necesario la presencia de los indicadores bibliométricos quienes son los encargados de evaluar la cantidad y calidad de las publicaciones científicas (Rueda, Villa Y Rueda, 2005), para que el impacto de una publicación sea mayor se mide a través de las citas que haya tenido la misma. Es por ello que el indicador tiene una clasificación y entre los más utilizados para esta medición son:

Primero: Factor de impacto quien tomo como iniciativa el autor Garfield (2006), al publicar un método de como evaluar una revista. Este factor se define como el número de veces que los artículos son citados dentro de 2 años por el total de artículos publicados en la misma revista (Joshi, 2014). El Scimago Journal Rank (SJR), es el indicador de impacto que mide la productividad por revistas.

Segundo: Índice h, este indicador evalúa la producción científica de los investigadores individuales, al usar el índice h puede provocar cambios en el comportamiento de la publicación de científicos y este es el único indicador que mide la cantidad y el impacto de salida de un investigador (Bordons, 1999). Si el índice h de la publicación sigue siendo alta, luego de 15 a 20 años, el trabajo puede ser tomado en cuenta (Joshi, 2014).

Tercero: Indicadores cuantitativos de actividad científica: Numero de publicaciones, este nos ayudara a tener comparaciones con la actividad de otros países (Bordons y Zulueta, 1999). La existencia de distintas bases bibliográficas dedicadas a la incorporación, catalogación, clasificación y evaluación de la producción científica en diversos campos del conocimiento ha sido un importante análisis estadístico de las publicaciones que se incorporan en ellas (Pedroni, Guerrazzi, Serra y Albanese, 2016).

MÉTODOLÓGÍA

Se utilizó como fuente de información primaria la base de datos Scopus, debido a que es una base de datos bibliográfica de resúmenes y citas de artículos de revistas científicas, que cubre diferentes títulos referentes a ciencias, tecnología, medicina, ciencias sociales, artes, humanidades, permitiendo la búsqueda de páginas web científicas. Para la búsqueda en la base de datos Scopus se utilizaron los términos Educational Project y Accounting educational, con los cuales se obtuvo 1359 y 105 registros respectivamente entre los años 1983 al 2017; al revisar toda la bibliografía referente a estos temas, se encontró un total de 42 publicaciones, los cuales contenían el tema específico que se deseaba analizar.

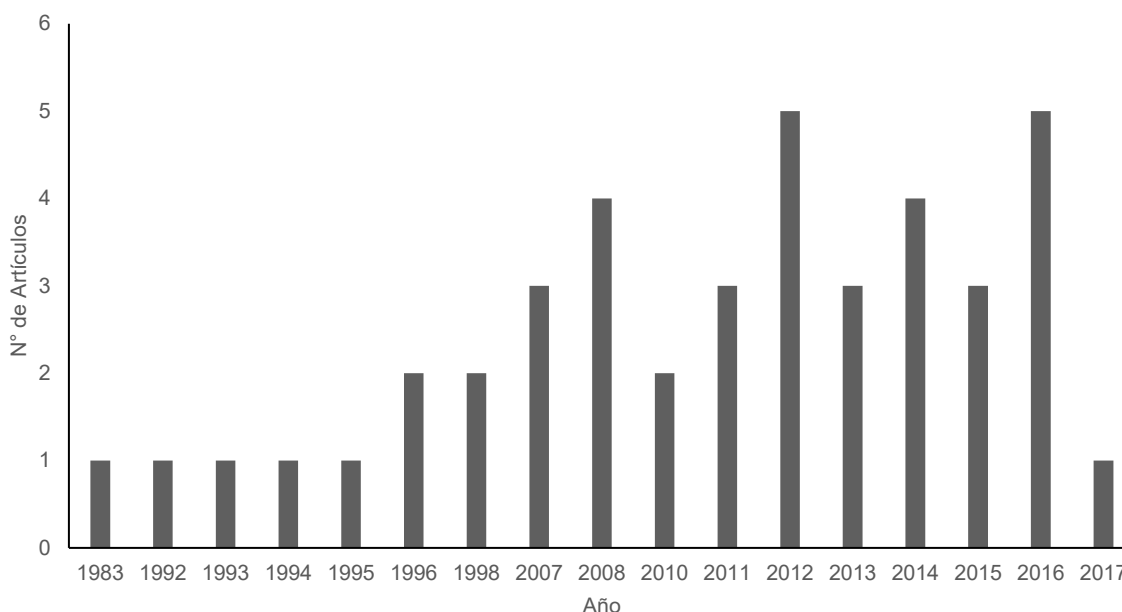
Para la recopilación y procesamiento de datos se utilizó el software Microsoft Excel (programa del tipo hoja de cálculo o tabulador electrónico que permite realizar operaciones con números organizados, por ejemplo, operaciones simples como cálculos estadísticos, y la elaboración de tablas y gráficos). La información para este estudio en los temas relacionados, se seleccionó los siguientes campos: autores, revistas, país, años e institución.

Finalmente, para el análisis cualitativo se utilizó como herramienta el software Nvivo, el cual ayudó a organizar, analizar, mapear y encontrar datos cualitativos de las publicaciones científicas sobre proyectos educativos en carreras de Contabilidad. A continuación, se definieron los indicadores que se utilizaron en el presente estudio, entre ellos: productividad por años (total de artículos publicados por cada año comprendido en el estudio), productividad por países (total de artículos producidos en el país en el periodo estudiado), productividad por instituciones (artículos producidos por la institución a la cual pertenece el primer autor), productividad por revistas (Número de revistas más utilizadas con el tema relacionado), productividad por autor; finalmente, se realizó todo el análisis de resultados obtenidos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el estudio bibliométrico del tema se identificaron un total de 1359 Artículos publicados en la base de datos Scopus en el periodo 1983 al 2017; de ellos, 42 dedicados específicamente a los proyectos educativos en carreras de contabilidad. Su distribución por años permitió evaluar la productividad de las investigaciones en esta temática. La figura. 1 muestra que a partir de 1983 hasta 1995 se mantiene la producción con una sola publicación, de 1996 al 2007 vemos un aumento de 2 a 3 artículos, en el 2008 hay una ampliación de 4 artículos, pero en los siguientes años vuelve a tener una disminución. En el año 2012 se realizó una mayor productividad de publicaciones con un total de 5 artículos, pero en los siguientes años hay una variación entre 3 a 4 artículos hasta el 2016 que vuelve a tener un incremento de artículos relacionados con la temática y por último vemos que en el 2017 hubo un gran decaimiento a un solo artículo lo que muestra que no hubo una buena producción científica.

Figura 1: Productividad Por Años

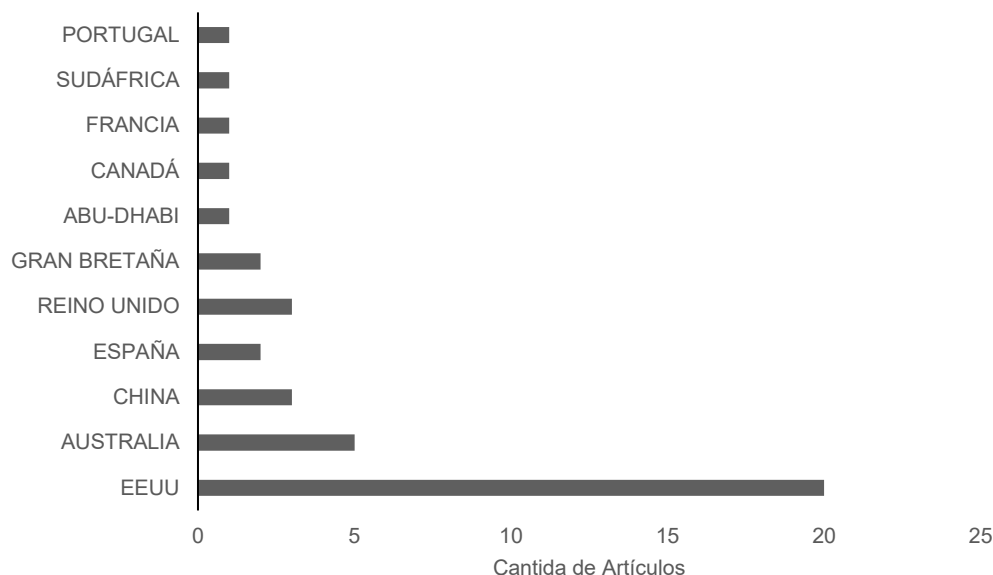


En esta figura se muestra la productividad de las publicaciones por año, sobre el tema proyectos educativos en Carreras de Contabilidad, En la que podemos apreciar que los años con mayor número de artículos son en el 2012 y 2016. Fuente: Elaboración propia a partir de la tabulación de datos de los 42 artículos científicos.

Productividad por Países

En la figura.2 se analizó en forma descendente desde los países con más productividad científica. Entre los países más destacados dentro de la producción científica, con 20 documentos cada uno dentro del tiempo estudiado, se encontró a Estados Unidos. Seguido de Australia con 5 artículos. En un segundo bloque con una variación de 2 a 3 artículos se ubicaron China, España, Reino Unido y Gran Bretaña. En un tercer bloque vemos que los países restantes como Abu- Dhabi, Canadá, Francia, Sudáfrica y Portugal con tan solo 1 artículo muestra una baja productividad científica. También vemos que no existe representación por parte de los países latinoamericanos.

Figura 2: Productividad por Países



Esta figura ilustra la distribución por países con mayor número de artículos en la temática proyectos educativos en Carreras de Contabilidad en diferentes países. En la que podemos observar que el país con mayor productividad es Estados Unidos con un total de 19 artículos, recolectado de la de la base de datos Scopus. Fuente: Elaboración propia a partir de la tabulación de datos de los 42 artículos científicos

Bibliometría de los Proyectos Educativos

En la tabla 3, tenemos el ranking 10 de los trabajos más destacados en función de su número de citas, también se presentan información respecto al autor y a la revista donde fue publicado cada caso de estudio. Analizaremos los tres primeros trabajos más influyentes. Observamos que el artículo “*Community Service Learning Increases Communication Skills Across the Business Curriculum*”, se encuentra en el primer lugar del ranking, con 124 citas, representando el 19% de citas de todos los trabajos, éste trabajo pertenece al autor Mary L. Tucker con un índice h de 7 y publicado en la revista Business Communication Quarterly con un factor de impacto de 0,18, y ubicada en el tercer cuartil. En segundo lugar, tenemos a “*Smart work and hard work: Explicating a learning orientation in strategic management accounting*”, con un total de 90 citas, representando el 14% del total de citas, correspondiente al autor Alan Coard, con un índice h de 9 y su revista de publicación es Management Accounting Research con un factor de impacto de 2,49, ubicado en el primer cuartil. Y en tercer lugar se ubica al trabajo “*The status of internships: cooperative education experiences in accounting education*”, con 67 citas, representando el 10% de las citas totales, correspondiente a Deborah F, con un índice h de 5, este trabajo fue publicado en la revista Journal of Accounting Education, con un factor de impacto de 0,69 y ubicada en el segundo cuartil. Ampliando el análisis de la tabla 3, podemos darnos cuenta de que el trabajo con más citas no siempre está relacionado a investigadores con índices h altos o que hayan sido publicadas en revista con factores de impacto relevantes. Un claro ejemplo es el autor Jeffrey Cohen, con un índice h de 43, que está ubicado en el puesto 6, cuyo

trabajo se titula “*Learning to learn in the accounting principles course: Outcome assessment of an integrative business*”, y fue publicado en una revista de cuartil 2. Seguido del autor Neil Marriott, con un índice h de 14, que está ubicado en el puesto 7, que pertenece al trabajo “*The effectiveness of using spreadsheets teach financial accounting*”, que al igual que el anterior se encuentra en el cuartil 2.

Tabla 3: Bibliometría de los Proyectos Educativos (Total de Citas: 656 = 100%)

Nº	Artículo	Fecha Publicación	Citas	Autor	Índice H	Revista	Srj	Q	%
1	Community Service Learning Increases Communication Skills Across the Business Curriculum	1 Junio 1998	124	Mary L. Tucker	7	Business Communication Quarterly	0,18	Q3	19%
2	Smart work and hard work: Explicating a learning orientation in strategic management accounting	Diciembre 1996	90	Alan Coad	9	Management Accounting Research	2,49	Q1	14%
3	The status of internships: cooperative education experiences in accounting education.	1 Septiembre 1998	67	Deborah F[Beard	5	Journal of Accounting Education	0,69	Q2	10%
4	Good Practices in Accounting Education: Classroom Configuration and Technological Tools for Enhancing the Learning Environment.	13 Marzo 2008	47	Sung Wook Yoon	8	Accounting Education: an international journal	--	--	7%
5	Incorporating sustainability into accounting curricula: lessons learnt from an action research study. Accounting Education: an international journal.	18 Marzo 2010	45	James Hazelton	8	Accounting Education: an international journal	--	--	7%
6	Learning to learn in the accounting Principles course: Outcome assessment of an integrative business analysis project	Autumn 1994	26	Jeffrey Cohen	43	Journal of Accounting Education	0,69	Q2	4%
7	The effectiveness of using spreadsheets to teach financial accounting	28 Julio 2006	25	Neil Marriott	14	Accounting Education	0,53	Q2	4%
8	Integrating a service-learning project into management accounting coursework-a sharing of implementation experience and lessons learned	05 Diciembre 2008	23	Bea Chiang	3	Accounting Education: an international journal	0,53	Q2	4%
9	Teaching financial literacy in a co-curricular service-learning model	Junio 2010	18	Laura D. Delaune	--	Journal of Accounting Education	0,69	Q2	3%
10	Teaching good systems design for spreadsheet projects.	Spring 1996	16	Robin A. Alexander	8	Journal of Accounting Education	0,69	Q2	2%

Esta tabla muestra los 10 trabajos más destacados dentro de un ranking, de acuerdo con el número de citas, también se presenta información de sus respectivos autores, con su índice h y las revistas donde fueron publicadas, con su factor de impacto (SRJ). También muestra el cuartil al que pertenece cada revista y número de citas en función de porcentaje. Fuente: Elaboración propia a partir de la tabulación de datos de los 42 artículos científicos

Productividad Por Instituciones

En la tabla 4 tenemos la productividad por instituciones, donde hemos tomado como referencia los 10 trabajos más destacados y observamos que la mayoría de los trabajos referidos al tema provienen de universidades. El trabajo “*Teaching good systems design for spreadsheet projects*” perteneciente a

University of Wisconsin”, está en el puesto 15 del ranking mundial, seguido de Colorado State University, en el puesto 74, con el trabajo “*Community Service Learning Increases Communication Skills Across the Business Curriculum*”. También se puede observar que los 10 artículos más influyentes no siempre están en un mejor puesto dentro del ranking mundial, como lo es el caso del artículo “*Good Practices in Accounting Education: Classroom Configuration and Technological Tools for Enhancing the Learning Environment*”, que está ubicado en el puesto 8, pero tiene un ranking mundial de Universidad de 2631.

Tabla 4: Los 10 Artículos Más Citados vs el Ranquin de las Universidades

Ranking Citas	Publicación	Institución	Ranking Mundial Institución
1	Teaching good systems design for spreadsheet projects	University of Wisconsin	15
2	Community Service Learning Increases Communication Skills Across the Business Curriculum	Colorado State University	74
3	Teaching financial literacy in a co-curricular service-learning model	Louisiana State University	235
4	Incorporating sustainability into accounting curricula: lessons learnt from an action research study. Accounting Education: an international journal	Macquarie University	279
5	Learning to learn in the accounting Principles course: Outcome assessment of an integrative business analysis project	Boston College	332
6	Smart work and hard work: Explicating a learning orientation in strategic management accounting	Hallam University	829
7	The status of internships: cooperative education experiences in accounting education	Southeast Missouri state University	2571
8	Good Practices in Accounting Education: Classroom Configuration and Technological Tools for Enhancing the Learning Environment	Winona State University	2631
9	The effectiveness of using spreadsheets to teach financial accounting	Cardiff Business School	-
10	Integrating a service-learning project into management accounting coursework-a sharing of implementation experience and lessons learned	The College of New Jersey	-

En esta tabla se muestra las instituciones de los trabajos dentro del ranking 10, también se observa el ranking mundial de las universidades en base a Ranking web de Universidades (<http://www.webometrics.info/es>), ya que la mayoría de los trabajos provienen de universidades se observa los 10 trabajos más citados no siempre están dentro de las universidades con un ranking destacado, pero eso no quiere decir que el trabajo no sea bueno. Fuente: Elaboración propia

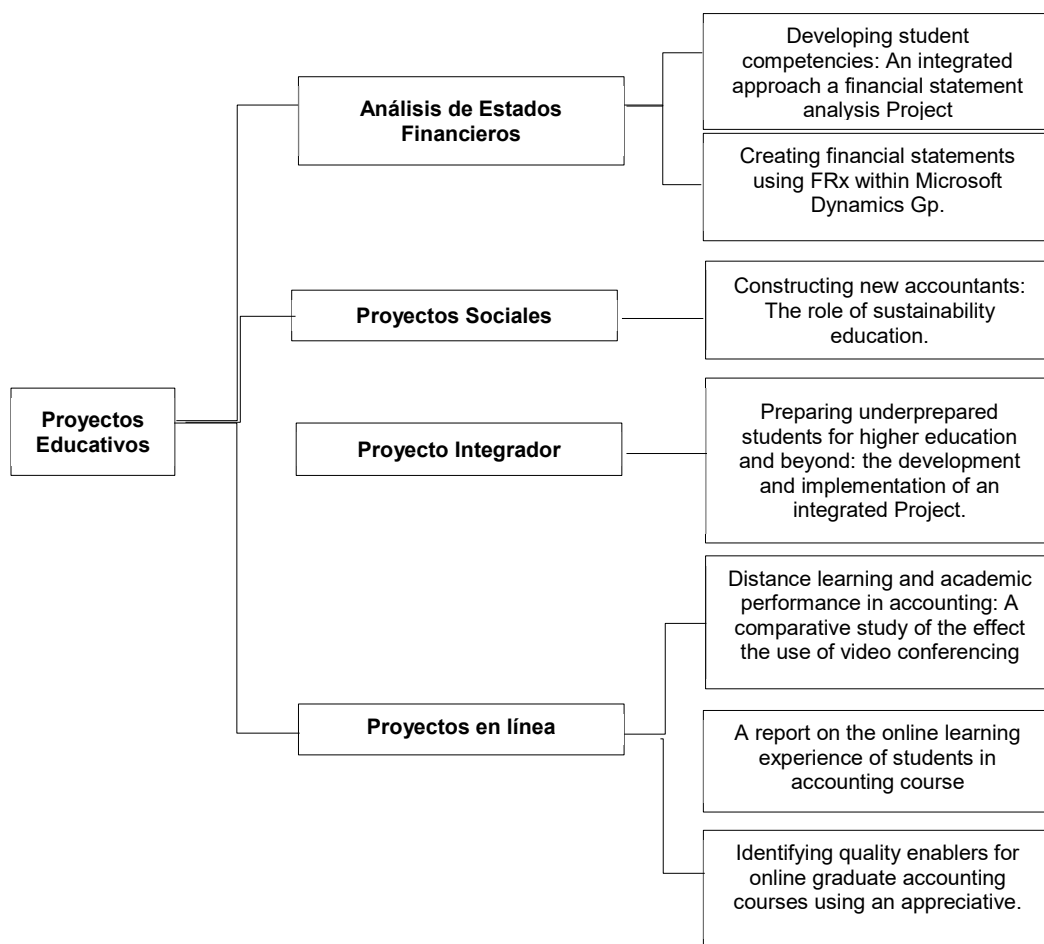
ANÁLISIS CUALITATIVO

Se realiza un análisis cualitativo utilizando el software Nvivo 11, este análisis consistió en la importación de los artículos en Portable Document Format (PDF) hacia el software en forma de recursos y se clasificó en nodos temáticos de acuerdo al tema de referencia de cada artículo, para poder realizar una relación de los proyectos educativos en diferentes categorías a través de un mapa mental, las categorías fueron; proyectos de análisis financieros, proyectos de investigación, proyectos para mejora del aula de clase, proyectos en línea, proyectos colaborativos y de servicio a la comunidad, proyectos de uso de un software y proyectos referentes a los docentes y otros proyectos.

En la figura. 3, se muestra el primer análisis cualitativo dividido en cuatro secciones: Proyectos de análisis de estados financieros, con 2 artículos, con los temas, “*Developing student competencies: An integrated approach to a financial statement analysis Project*” y “*Creating financial statements using FRx with in Microsoft Dynamics GP: Learning vs. Teaching*”. Proyectos sociales y proyectos integradores con un solo

artículo “*Constructing new accountants: The role of sustainability education*” y “*Preparing underprepared students for higher education and beyond: the development and implementation of an integrated Project*”, respectivamente. Proyectos en línea, con 3 artículos, referentes a los temas “*Distance learning and academic performance in accounting: A comparative study of the effect of the use of videoconferencing*”, “*A report on the online learning experience of students in accounting course*” y “*Identifying quality enablers for online graduate accounting courses using an appreciative inquiry case study*”.

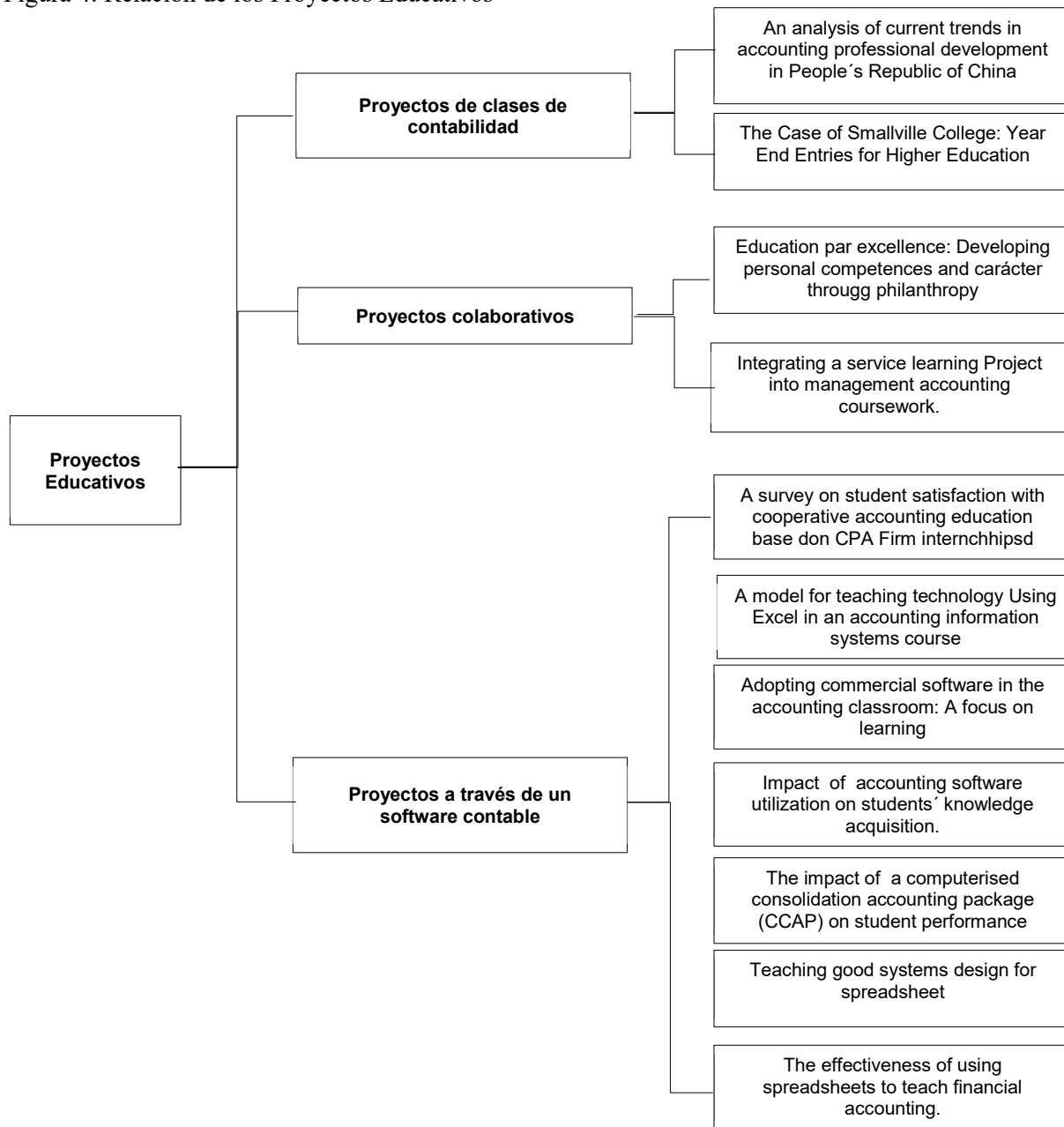
Figura 3: Relación de los Proyectos Educativos



En esta figura se muestra el primer análisis cualitativo, que se divide en cuatro secciones, en las que vemos proyectos de análisis de estados financieros, proyectos sociales e integradores y proyectos en línea, con el nombre de cada artículo correspondiente. Fuente: Elaboración propia a partir del software Nvivo.

En la figura 4, observamos el segundo análisis cualitativo, dividido en tres secciones, dentro de ésta son proyectos de clases de contabilidad, con los temas “*An analysis of current trends in accounting professional development in People's Republic of China*” y “*The Case of Smallville College: Year-End Entries for Higher Education. Journal of the International Academy for Case Studies*”. La segunda sección trata de proyectos de aprendizaje colaborativo, con los trabajos “*Education par excellence: Developing personal*

Figura 4: Relación de los Proyectos Educativos



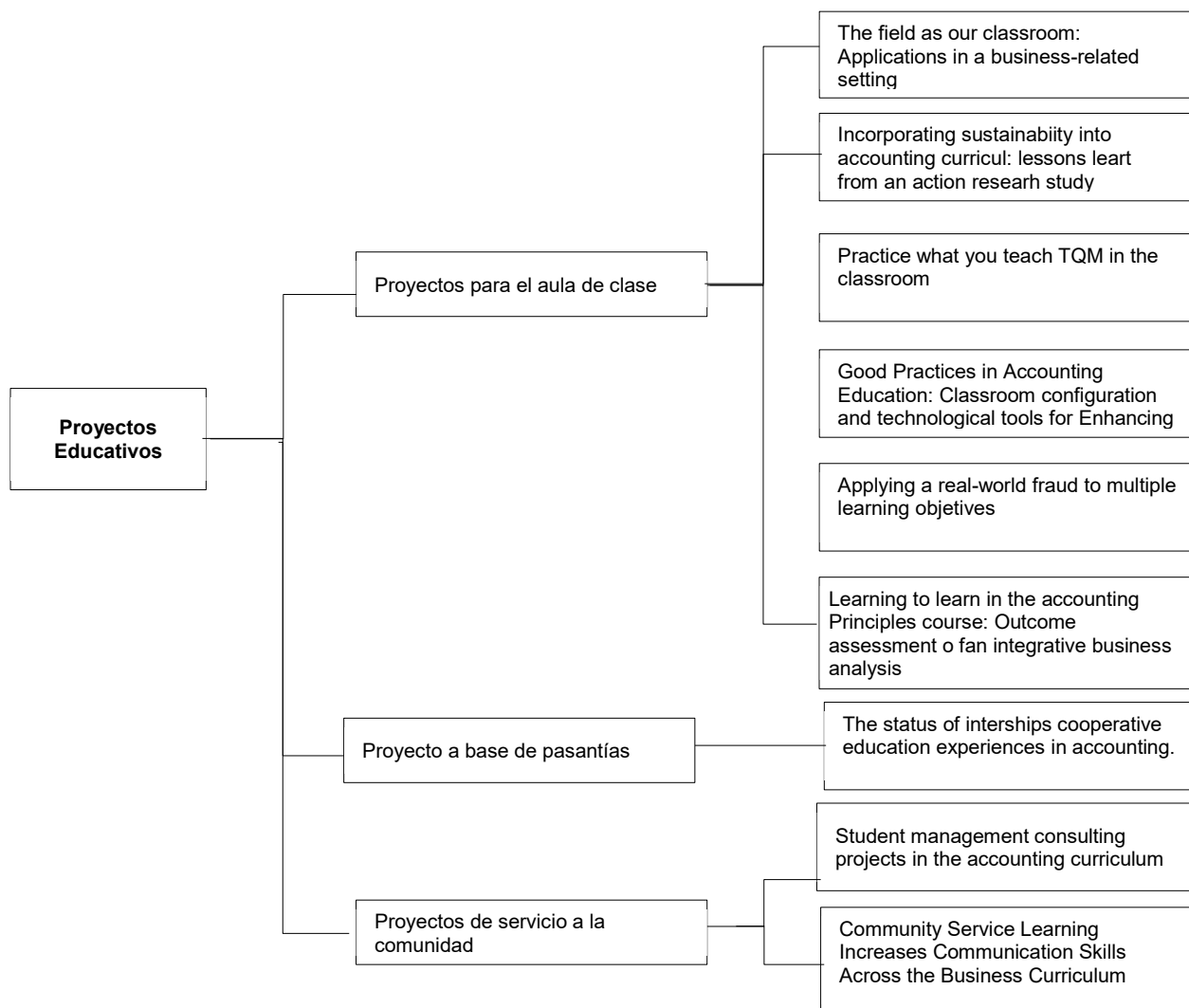
En esta figura da a conocer el segundo análisis cualitativo, dividido en tres secciones con los temas relacionados a proyectos de clases de contabilidad, proyectos colaborativos y proyectos a través de un software. Fuente: Elaboración propia a partir del software Nvivo.

competencies and character through philanthropy-based education. Journal of Accounting Education” y “Integrating a service-learning project into management accounting coursework-a sharing of implementation experience and lessons learned”. Por último, en la sección tres se tiene a los proyectos a través de un software, en este tema existe una mayor cantidad de artículos como “A survey on student satisfaction with cooperative accounting education based on CPA firm internships”, “A model for teaching technology: Using Excel in an accounting information systems course”, “Adopting commercial software in the accounting classroom: A focus on learning, Impact of accounting software utilization on students’ knowledge acquisition: An important change in accounting education”, “The impact of a computerised

consolidation accounting package (CCAP) on student performance”, “Teaching good systems design for spreadsheet projects” y “The effectiveness of using spreadsheets to teach financial accounting”.

En la figura 5, tenemos un tercer análisis cualitativo, dividido en tres secciones; la primera menciona sobre proyectos para el aula de clase, con un mayor número de artículos como *“The field as our classroom: Applications in a business-related setting”, “Incorporating sustainability into accounting curricula: lessons learnt from an action research study”, “Practice what you teach TQM in the classroom”, “Good Practices in Accounting Education: Classroom Configuration and Technological Tools for Enhancing the Learning Environment”, “Applying a real-world fraud to multiple learning objectives: Considerations and an example from the systems course” y “Learning to learn in the accounting Principles course: Outcome assessment of an integrative business analysis Project”.* En la segunda sección están los proyectos por pasantías *“The status of internships: cooperative education experiences in accounting education”* y en la última sección indica sobre proyectos de servicio a la comunidad *“Student management consulting projects in the accounting curriculum” y “Community Service Learning Increases Communication Skills Across the Business Curriculum”.*

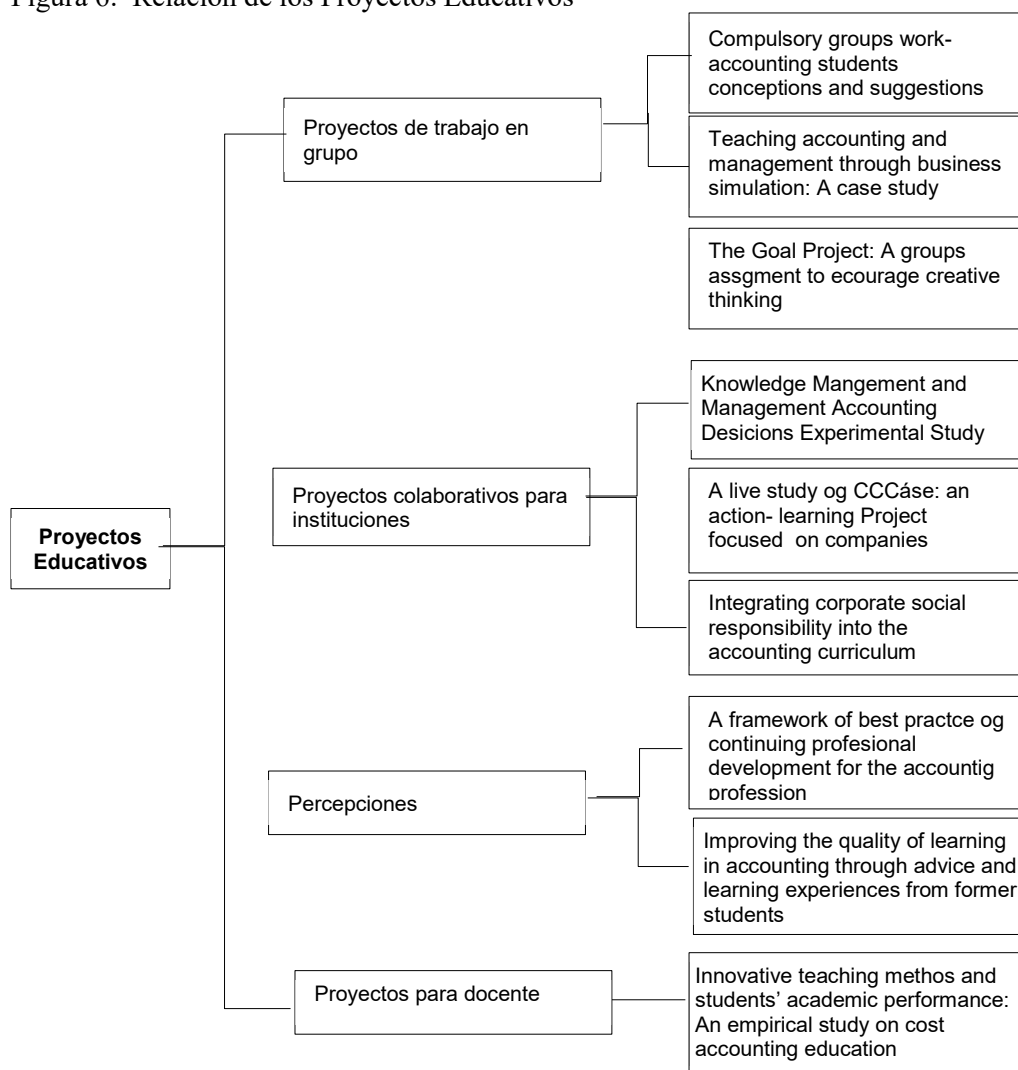
Figura 5: Relación de los Proyectos Educativos



En esta figura nos muestra el tercer análisis cualitativo, dividido en tres secciones con las temáticas de proyectos para el aula de clases, proyectos de pasantías y proyectos de servicio a la comunidad. Fuente: Elaboración propia a partir del software Nvivo.

En la figura 6, tenemos un cuarto análisis cualitativo, dividido en cuatro secciones; la primera habla sobre proyectos de trabajo en grupo, con “*Compulsory group work – accounting students’ conceptions and suggestions*”, “*Teaching accounting and management through business simulation: A case study*”, “*The Goal Project: A Group Assignment to Encourage Creative Thinking, Leadership Abilities and Communication Skills*”. En la segunda sección tenemos a los proyectos colaborativos para la institución, como “*Knowledge Management and Management Accounting Decisions-Experimental Study. Journal of Organizational Knowledge Management*”, “*A live study of ‘CCC’ase: an action-learning project focused on companies*” y “*Integrating corporate social responsibility into the accounting curriculum*”. En la tercera sección tenemos a proyectos por percepciones, que son “*A framework of best practice of continuing professional development for the accounting profession. Accounting Education*” y “*Improving the quality of learning in accounting through advice and learning experiences from former students*”. Y en la última sección se encuentra un proyecto para docente, “*Innovative teaching methods and students academic performance: An empirical study on cost accounting education*”.

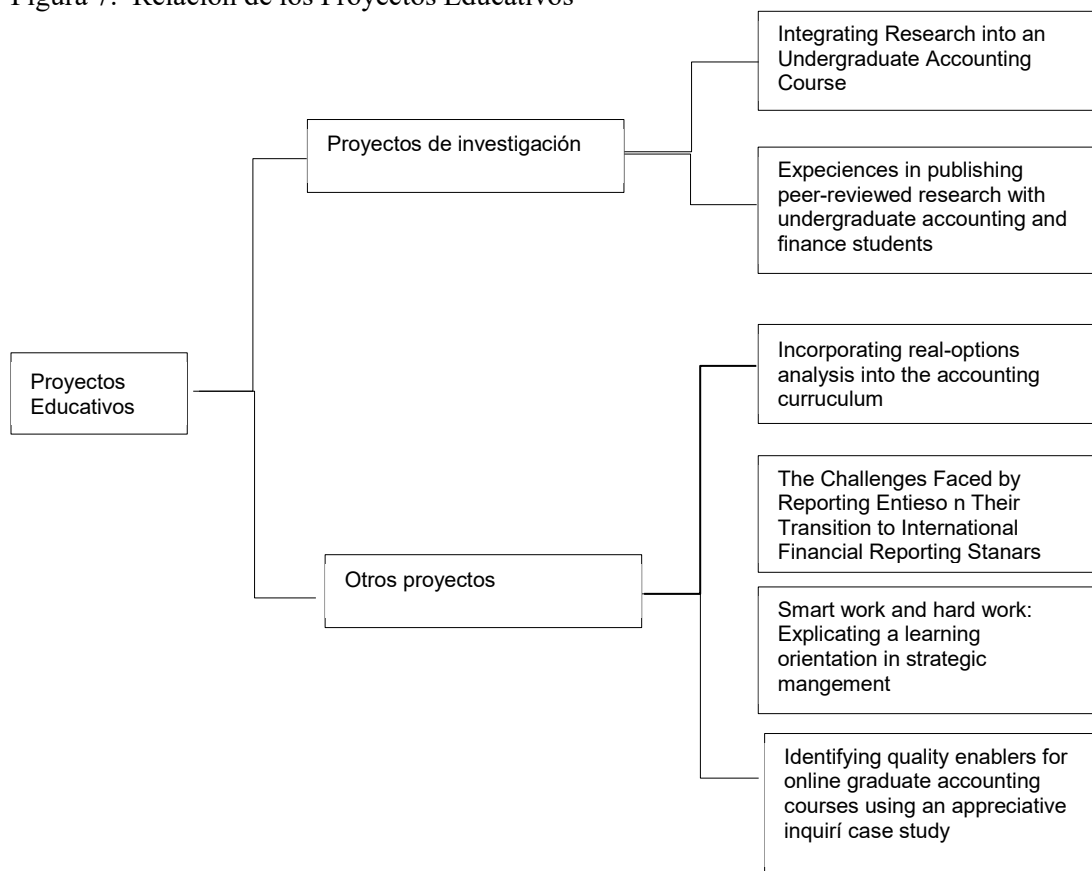
Figura 6: Relación de los Proyectos Educativos



En esta figura tenemos al cuarto análisis cualitativo, dividido en cuatro secciones, con los temas relacionados a proyectos de trabajo en grupo, proyectos de colaboración a las instituciones, proyectos por percepciones y proyectos para el docente. Fuente: Elaboración propia a partir del software Nvivo.

En la figura 7 muestra el último análisis cualitativo, dividido en dos secciones, el primero es sobre proyectos de investigación, con los artículos “*Integrating Research into an Undergraduate Accounting Course*” y “*Experiences in publishing peer-reviewed research with undergraduate accounting and finance students*” y en la segunda sección muestra a otros proyectos relacionados a otras temáticas, “*Incorporating real-options analysis into the accounting curriculum*”, “*The Challenges Faced by Reporting Entities on Their Transition to International Financial Reporting Standards: A Qualitative Study*”, “*Smart work and hard work: Explicating a learning orientation in strategic management accounting*” y “*Identifying quality enablers for online graduate accounting courses using an appreciative inquiry case study*”.

Figura 7: Relación de los Proyectos Educativos



En esta figura se muestra el último análisis cualitativo a través del software Nvivo e indican los proyectos de investigación, y otros proyectos con diferentes temáticas. Fuente Elaboración propia con la ayuda de Nvivo.

CONCLUSIONES Y FUTUROS TRABAJOS

En el presente trabajo se realizó una revisión bibliográfica para entrar en contexto de los proyectos educativos, conociendo su historia y los últimos trabajos que se han desarrollado. Después se realizó una revisión bibliográfica con respecto a la bibliometría y los indicadores existentes dentro de esta, que permitieron ayudar a entender cómo se mide la calidad de las publicaciones científicas de las instituciones que desarrollan esta investigación, y la medición de las propias revistas en donde se han publicado los trabajos. Se comenzó analizando su distribución por años que permitió evaluar las tendencias de las investigaciones en esta temática, lo cual se observó, que en los años 2012 y 2016, hubo una productividad mayor, también se realizó un análisis cuantitativo que ayudó mostrando cual es el país con mayor productividad, sobre la temática de proyectos educativos en carreras de contabilidad, quien lo encabeza Estados Unidos y se concluyó que no existe representación en los países latinoamericanos, lo cual indica

que se tiene una productividad científica muy baja en temas de proyectos educativos. Continuando, se realizó un análisis, tomando como referencia los 10 trabajos más citados de un total de 42 encontrados con la temática de proyectos educativos en carreras de contabilidad basado en la base de datos Scopus, ya que es una base de datos a nivel mundial, después se hizo un ranking por el número de citas, también se le agregó información del autor y su respectivo índice h, así como de las revistas en las que fueron publicadas con su factor de impacto, posteriormente se hizo un análisis para poder obtener una relación con esta información. Se obtuvo como resultado, que el hecho de que los trabajos tengan un número de citas mayor y sean los más influyentes, no siempre son pertenecientes a un autor con un índice h alto o a la revista con mayor factor de impacto. También se obtuvo, que generalmente la mayoría de los trabajos que se publicaron en revistas ubicados en el cuartil 1, 2 y 3 tienden a ser más atractivos para la comunidad científica. Y también se puede decir que, si un trabajo es desarrollado por un investigador con un índice h alto, tampoco quiere decir que el trabajo va a ser influyente.

Como una nota adicional, todos los proyectos educativos utilizados para el análisis de este trabajo han sido desarrollados en inglés, siendo este el idioma más influyente para la divulgación de trabajos científicos. En base a esto se ha podido observar que los proyectos educativos son importantes para las instituciones como para los estudiantes mismo que pueden: plantear, implementar y evaluar actividades que pasan de la teoría a la práctica en la vida real. Es necesario que exista un cambio en el sistema educativo actual, debido a que los estudiantes de educación superior necesitan más práctica basado en hechos reales. Como trabajo futuro se recomienda la gestión de proyectos educativos, como nueva alternativa de aprendizaje, tomando en cuenta los trabajos más influyentes presentados en este documento, mismos que sirven como motivación para que las carreras de contabilidad desarrollen investigación científica, tomando como caso de estudio la realidad local. Es necesario que se haga una revisión de las líneas de investigación bibliométricas, para realizar estudios como éste que pueda brindar al profesional o estudiante en carreras de contabilidad, las herramientas básicas para entender y plantear estudios bibliométricos, buscando alentar la realización de investigación en esta área para la cual se puede obtener varias oportunidades y que responda a las necesidades de futuros investigadores.

BIBLIOGRAFIA

Amando, R, Cristalino, F y Hernández, E. (2004). El diagnóstico participativo como herramienta para la elaboración de proyectos educativos. *Agora, Trujillo*.13, 91-110

Ardanuy, J. (2012). *Breve introducción a la bibliometría*. Recuperado el 29 julio, 2017, SSRN: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30962/1/breve%20introduccion%20bibliometria.pdf>

Avendaño, K, Carrillo, A, García, E, Henao, R, Manga, S & Sanjuán, V. (2010). Los proyectos educativos institucionales: herramientas fundamentales para alcanzar una nueva sociedad. *Educación y Humanismo*. 12(12), 106-115

Bordons, M. & Zulueta, M.A. (1999). Evaluación de la actividad científica a través de indicadores bibliométricos. *Revista española de cardiología*, 52(10), 790-800

Botero, C.C.A. (2015). Cinco tendencias de la gestión educativa. *Revista Politécnica*, 3(5), 19-31

Broadus, R.N. (1987). Toward a definition of "bibliometrics". *Scientometrics*, 12(5-6), 373-379

Chiang, B. (2008). La integración de un proyecto de aprendizaje-servicio en la Gestión de Contabilidad Cursos-A a compartir la experiencia de implementación y lecciones aprendidas. *Educación Contabilidad*, 16(4), 431-445

Cortes, V.D. (2007). Medir la producción científica de los investigadores universitarios: la bibliometría y sus límites. *Revista de la educación superior*, 36(142), 43-65

Díaz, B.A & Inclán, E.C. (2001). El docente en las reformas educativas: sujeto o ejecutor de proyectos ajenos. *Revista Iberoamericana de educación*, 25, 17-41

Fernández, A, Luna, R & García, R. (2015). *Modelo para la revalidación de asignaturas escolares a través de proyectos integradores guiados por la metodología de administración de proyectos*. Recuperado el 10 de julio, 2017, SSRN: https://www.researchgate.net/publication/281685685_modelo_para_la_revalidacion_de_asignaturas_escolares_a_traves_de_proyectos_integradores_guiados_por_la_metodologia_de_administracion_de_proyectos

Galeana, L. (2006). Aprendizaje basado en proyectos. *Revista Ceupromed*. Vol 1, spp

Garfield, E. (2006). Citation indexes for science. A new dimension in documetation through association of ideas. *International journal of epidemiology*, 35 (5), 1123-1127

Hood, W.W. & Wilson, C.S. (2001). The literature of bibliometrics, scientometrics, and informetrics. *Scientometrics*, 52(2), 291-314

Huber, L.G. (2008). Aprendizaje activo y metodologías educativas Active learning and methods of teaching. *Tiempos de cambio universitario en*, 59, 59-81

Huber, M & Mafi, S.L. (2013). Education Par Excellence: Developing Personal Competencies and Character Through Philanthropy-based Education. *Journal of Accounting Education*. 31(3), 310-332

Joshi, M.A. (2014). Bibliometric Indicators for Evaluating the Quality of Scientific Publications. *The journal of contemporary dental practice*, 15(2), 258

Marín, M.A.C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos educativos*. Recuperado 11 de julio, 2017, SSRN: <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/351/1/GE5081%20Formulaci%C3%B3n%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20proyectos%20educativos%20-%202011%20-%20Educaci%C3%B3n.pdf>

Martí, J.A, Heydrich, M, Rojas, M & Hernández, A. (2010). Aprendizaje basado en proyectos: una experiencia de innovación docente. *Revista Universidad EAFIT*, 45(158), 11-21

Martínez M. (2008). *Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades*. 1º Ed. Barcelona. Ediciones Octaedro, S.L

Palma, L.M, De los Ríos, C.I, Miñán, U.E & Luy, G.G.I. (2012). *Hacia un nuevo modelo desde las Competencias: la Ingeniería Industrial en el Perú*. Recuperado el 12 de julio, 2017, SSRN: http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/Tecnologicas_20/Ingenieria%20de%20Medio%20Ambiente/RP210.pdf

Pedroni, F. V, Guerrazzi, L, Serra, F, R & Albanese, D.E. (2016). Investigación contable, un estudio bibliométrico: identificación de publicaciones relevantes y examen de la estructura intelectual. *Revista Contemporánea de Contabilidad*, 13(30), 23-91

Ramírez, L.V, Medina, M.G. (2008) Educación basada en competencias y el proyecto tuning en Europa y Latinoamérica. *Su impacto en México. Ide@s CONCYTEG*. 3(39), 8

Rodríguez, M.A.M. (2012). Aprendizaje por proyectos: Una vía al fortalecimiento de los semilleros de investigación. *Docencia Universitaria*. 12(1), 201-216

Rojas, R.W, Ospina, Z.C.M. (2011). Consideraciones sobre el sentido de un proyecto educativo en Contaduría Pública. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 45-60.

Romero, T.A.I, Martínez, B.C, López, L.F.G, & Murillo, M.J.G. (2014). *Proyectos integradores: estrategia didáctica para el desarrollo de competencias de la Universidad Tecnológico de Chihuahua. Estudio de caso*. Recuperado de 08 de julio, 2017, SSRN: http://cie.uach.mx/cd/docs/area_01/a1p18.pdf

Rueda, C.G.C.F, Villa, R.G.C & Rueda, C.P.C.E. (2005). Indicadores bibliométricos: origen, aplicación, contradicción y nuevas propuestas. *MedUNAB*, 8 (1)

Santibañez, E. (1993). *Manual para la sistematización de Proyectos Educativos en Área Social*. Recuperado el 11 de julio, 2017, SSRN: <http://roa.ult.edu.cu/handle/123456789/3237>

Santos, G. (2012). Aproximaciones a un análisis bibliométrico de la Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría. *Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría*, 15 (49), 183-226

Sola, V.S. (2013). *Aprendizaje basado en proyectos*. Recuperado el 08 de julio, 2017, SSRN: <http://files.portafolio-informatica-educativa.webnode.es/200000133-7b5bd7d502/Saioa-Villar-Sola---ABP.pdf>

Vázquez, A.Y. (2001). Educación basada en competencias. *Educación: Revista de educación /nueva época*, 16, 1-29

Velasco, B, Eiros, M.J, Pinilla, M.J & San Román, J.A. (2012). La utilización de indicadores bibliométricos para evaluar la actividad investigadora. *Aula Abierta*, 40(2), 74-84

BIOGRAFÍA

Dayanna Johanna Chérrez Pacurucu, cursó sus estudios universitarios en la Universidad Politécnica Salesiana cursando la carrera de Ing. en contabilidad y auditoría 2012-2017.

Gabriela Isabel Araujo Ochoa, Ingeniera Comercial (Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca - Ecuador), Magister en Gestión Empresarial (Universidad Técnica Particular de Loja, Loja – Ecuador). Profesora e investigadora de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca – Ecuador. Miembro del Grupo de Investigación de Gestión de Medianas y Pequeñas Empresas (GIGMP) de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca – Ecuador. Se puede contactar en la Calle Vieja y Elia Liut, Cuenca, Ecuador.

Jorge Luis García Bacuilima, Ingeniero Comercial (Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca - Ecuador), Magister en Administración de Empresas (Universidad Politécnica Salesiana), Máster en Proyectos de Desarrollo Rural y Gestión Sostenible (Universidad Politécnica de Madrid). Profesor e investigador de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca – Ecuador. Se puede contactar en la Calle Vieja y Elia Liut, Cuenca, Ecuador.

DISEÑO DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: GUÍA PARA SU CREACIÓN

Yolanda Saldaña Contreras, Universidad Autónoma de Coahuila
Fernando M. Ruiz Díaz, Universidad Autónoma de Coahuila
Laura Leticia Gaona Tamez, Universidad Autónoma de Coahuila
Juan Jesús Nahuat Arreguín, Universidad Autónoma de Coahuila
Kelly Alejandra Muñoz Peña, Universidad Autónoma de Coahuila

RESUMEN

Describir, como resultado de una investigación efectuada, las directrices que guiaron el diseño de la metodología para la creación de una incubadora de negocios en una Institución de Educación Superior. Dada la extensión del manual que contiene dicha metodología, se analizaron, seleccionaron y sintetizaron los procedimientos efectuados que pueden ser útiles a otras universidades interesadas en el tema. Los resultados muestran las directrices, conceptos e ideas que orientaron la elaboración de dicha metodología y procedimientos operativos. Para apoyar al alumno emprendedor e impulsar el desarrollo de su negocio dentro de las universidades constituye un reto para enfrentar los embates que amenazan el futuro de nuestros egresados.

PALABRAS CLAVE: Directrices, Metodología, Incubadora de Negocios

A GUIDE FOR THE CREATION OF BUSINESS INCUBATORS IN HIGHER EDUCATION

ABSTRACT

The goal of this paper is to describe directives that guided the creation of a business incubator at a Higher Education Institution. We analyzed, selected and synthesized, the procedures carried out that can be useful to other universities interested on the subject. The results show guidelines, concepts and ideas related to the production of such methodology as well as operational procedures. The goal is to support the entrepreneur student and drive development of his/her business inside the universities.

JEL: M10, M20, M50

KEYWORDS: Guidelines, Methodology, Business Incubator

INTRODUCCIÓN

La observación es fuente generadora de ideas de investigación (Rea y Parker, 2014). Como académicos-investigadores, observamos que existen alumnos que costean sus estudios o satisfacen necesidades personales a través de la venta de productos, ya sean fabricados por ellos mismos o terceros, dentro de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UA de C). Estos alumnos poseen un espíritu emprendedor, son tenaces, buenos vendedores y creativos. Sin embargo, una vez que se gradúan, ocupan puestos que no corresponden a su formación.

Dichos alumnos poseen un perfil emprendedor. Pero iniciar un negocio sin asesoría especializada y sin financiamiento, los obliga a emplearse en el empleo que encuentren disponible una vez que concluyen sus estudios. Consideramos entonces, que es de suma importancia que la FCA apoye aquellos alumnos con un perfil emprendedor para que obtengan asesoría y financiamiento para crear y/o hacer crecer su empresa. Por lo anteriormente expresado, efectuamos una investigación con la finalidad de diseñar una metodología para la creación y funcionamiento de una incubadora de negocios dentro de dicha institución. El resultado de dicha investigación se encuentra contenido en un extenso manual de 218 páginas titulado: *Metodología y Procedimientos Operativos para la Creación de una Incubadora de Negocios en la Facultad de Contaduría y Administración (Unidad Norte) de la Universidad Autónoma de Coahuila*. Por tanto, el objetivo de éste trabajo es exponer de forma sintetizada las principales directrices metodológicas que guiaron el diseño de una incubadora de negocios para una Institución de Educación Superior (IES) y que podría ser útil también, para otras IES de México. El resto de esta investigación está organizada como sigue. En la sección de revisión literaria se presenta la literatura referente a la incubadora de negocios; en la sección de metodología se realizó investigación documental y de campo, sección de resultados se muestra los resultados obtenidos en la investigación, sección de conclusiones, sección de referencias bibliográficas y biografía.

REVISIÓN LITERARIA

Concepto de Incubadora de Negocios

En Batavia, N.Y., surgen los primeros conceptos de incubadoras. Como resultado de las diversas investigaciones en este campo, el concepto evolucionó de acuerdo con las necesidades, entornos y madurez alcanzada en esta área (Barreto, 2008). En México, la incubadora de negocios consiste en una organización cuyo objetivo es apoyar la creación y el desarrollo de pequeñas empresas o microempresas en sus primeras etapas de vida a través de la gestión empresarial, acceso a instalaciones y recursos con la finalidad de disminuir el riesgo inherente a la creación de un nuevo negocio (Valdés, 2015). Para Sánchez (2013), una incubadora de empresas es un centro generador de negocios. Su finalidad es acompañar, asesorar y capacitar a emprendedores para que transformen sus ideas en productos y servicios. Bajo este enfoque, en una incubadora se analizan las ideas de nuevos negocios y se seleccionan los proyectos más viables para su implementación. Dentro del mismo enfoque Perezcano (2011) agrega que parte de las actividades de una incubadora consisten en apoyar en el diseño del plan de negocios y en el proceso de crear la empresa a través de proporcionar consultoría en áreas tales como: administración, finanzas, mercadotecnia, recursos humanos, tecnología, etc.

En la opinión de Wompner (2007), una incubadora se convierte en un organismo de apoyo para los nuevos empresarios, asesorando y prestando infraestructura con la finalidad de que una empresa que inicia reduzca los riesgos, costos de puesta en marcha y el proceso de aprendizaje por el que atraviesa toda persona que inicia su negocio. Durante la investigación documental efectuada se encontró que existen una considerable cantidad de definiciones sobre el concepto de incubadora de negocios. Perezcano (2011) expresa que la creación de incubadoras genera una cadena que fomenta el desarrollo, es decir, si creamos incubadoras apoyaremos a otros en la creación de sus empresas. Asimismo, agrega que en nuestro país el 98% de las empresas son PyMES y que éstas requieren de los servicios de asesoría y consultoría para ser más competitivas y/o desarrollarse en el mercado. Desde ésta perspectiva podemos inferir que una incubadora de empresas puede ser considerada un instrumento de desarrollo regional. Pues a través de su funcionamiento, busca proporcionar soluciones a las necesidades de la región en que se ubique. De igual forma, una incubadora articula las cadenas productivas con las demandas y ofertas e impulsa los procesos de desarrollo de acuerdo con las necesidades detectadas en dichas cadenas (Bollati, 2015). Para este proyecto, una incubadora de negocios es:

“Un centro de apoyo para alumnos emprendedores que les facilita la creación y permanencia de un negocio; les proporciona un espacio físico y servicios de apoyo para asesoría especializada, tutorías personalizadas, diseño de planes de negocios y asesoría para acceder a créditos” (Civaj, 2008).

Misión de una Incubadora de Negocios

Una incubadora de empresas tiene como misión apoyar a nuevos empresarios en la formación y desarrollo de nuevos negocios con la finalidad de que éstas sobrevivan y sean exitosas (Barreto, 2008). Para Carsud (2000) la misión de una incubadora de empresas consiste en incrementar las oportunidades de un negocio creado en sus años formativos y agrega que para que el programa de incubación pueda ser considerado efectivo debe alcanzar las siguientes metas:

Presentar un suficiente buen número de nuevas y jóvenes empresas con potencial de crecimiento y óptima tasa de rotación.

Tener una alta tasa de supervivencia de sus empresas graduadas que continúan haciendo negocios fuera de su entorno.

Lograr un impacto positivo en la percepción de los nuevos empresarios y en la creación de una cultura emprendedora.

Cultivar fuertes relaciones con la industria, centros de desarrollo e innovación y universidades y,

Contar con una estructura la cual facilite el acceso a los mercados financieros (Carsud, 2000).

Tipología de los Modelos de Incubadoras

Incubadora tradicional: Se enfoca a la creación de negocios en sectores tradicionales y sus requerimientos de infraestructura física, tecnológica y mecanismos de operación son básicos. Están dirigidas principalmente al comercio, servicios y algunas industrias ligeras: papelerías, confección y maquila de ropa, loncherías, farmacias, restaurantes, lavanderías, distribuidoras, comercializadoras, joyería, abarrotes, etc. Su implantación es relativamente más sencilla y el tiempo de incubación es de tres meses aproximadamente (Mayer y Jiménez, 2011). De acuerdo con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM, 2007), tres son las etapas del modelo de incubadora tradicional: Pre-incubación, incubación y post-incubación.

Incubadora de tecnología intermedia: una incubadora de tecnología intermedia es aquella especializada en brindar asesoría a negocios basados en procesos, productos o servicios donde la tecnología es nueva o innovadora, donde el conocimiento se convierte en el elemento que aporta un valor agregado permite mantener una ventaja competitiva. Los negocios incubados de acuerdo con este diseño incorporan elementos de conocimientos innovadores e innovaciones. Esto, requiere que dichas empresas estén vinculadas con institutos o centros generadores de conocimientos o grandes empresas. La infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación y procesos son semi-especializados, es decir, incorporan elementos de innovación (CETYS, 2006). Incubadora de alta tecnología: Este tipo de empresa está dirigido a los sectores de software especializado, computación, consultoría en tecnologías de información y comunicaciones (TIC's), diseño de microprocesadores, biotecnología, robótica, etc. Este tipo de empresa requiere de mayor tiempo de incubación (hasta dos años) amplia infraestructura física y tecnológica y una operación altamente especializada (Montiel, 2008).

Las IES y las Incubadoras de Negocios

Vincular la educación superior con el entorno económico es uno de los principales retos a los que las universidades de los países emergentes se enfrentan. La principal tendencia es que los egresados busquen, independientemente de su talento, incorporarse al mercado laboral en busca de un empleo aparentemente seguro y estable. Así mismo, frecuentemente en las instituciones de educación superior existe un vacío en la formación en emprendimiento, pues se asumen como un “*medio para generar empleados y no para formar empleadores*”; cuando en realidad debería buscarse la “*transferencia de conocimiento a la actividad económica mediante la creación de empresas*” (Errosa y Arroyo, 1997. p. 73). De acuerdo con las autoras referidas el emprendedor desempeña un papel fundamental para crear nuevas empresas, esto con el propósito de revitalizar entornos económicamente deprimidos e impulsar el desarrollo económico en éstas zonas, a través de la creación de empleos y la reactivación de la economía. Según Wompner (2013) son escasas las universidades que desempeñan un papel crucial en la creación de nuevas empresas; no se cuenta con experiencia para la formación y educación de emprendedores y, existe una división entre el mundo académico y las empresas. Una propuesta aportada por Schorr (2006) y citado por Wompner (2013), respecto al papel de las universidades para fomentar el emprendimiento está conformada por los siguientes puntos:

Permear transversalmente el emprendimiento a través de las diferentes asignaturas de cada uno de los programas de estudio. Fomentar la cultura emprendedora a través de concursos, conferencias, exposiciones, talleres, etc. Fomentar un clima emprendedor con la finalidad de desmitificar las ideas de que las personas deben, una vez concluido sus estudios, buscar seguridad laboral, no asumir riesgos, etc.

MÉTODO

Para la elaboración de la elaboración del manual titulado: *Metodología y Procedimientos Operativos para la Creación de una Incubadora de Negocios en la Facultad de Contaduría y Administración (Unidad Norte) de la Universidad Autónoma de Coahuila*, realizamos una investigación documental y de campo. Respecto a la investigación documental, localizamos aquellos documentos, publicaciones y libros sobre el tema objeto de estudio. Posteriormente, efectuamos un proceso de selección de los mismos con el objetivo de acotar la cantidad de información considerada para esta investigación. Posteriormente procedimos a dar continuidad a través de la lectura analítica, el procesamiento y clasificación de la información obtenida. Para la investigación de campo se solicitamos la orientación e información de asesores del Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) perteneciente a la Secretaría de Economía (ambos con sede en Saltillo, Coahuila). Asimismo, contamos con la orientación de asesores de la Red de Apoyo a Emprendedores (RAE) del INADEM, adscritos a la Cámara Nacional de Comercio (CANACO) en Monclova, Coahuila. La información estadística proporcionada por estas instituciones abarca del periodo 2004 al 2014 que fue cuando se realizó el último censo.

Para el trabajo aquí presentado y dada la extensión del manual que contiene dicha metodología, seleccionamos y sintetizamos los procedimientos metodológicos útiles para otras universidades interesadas en el tema. El criterio empleado para la síntesis de las directrices consistió en proporcionar al lector interesado, un panorama global de los pasos indispensables para crear una incubadora de negocios: analizar para su entorno geográfico, la evolución de los sectores económicos por Unidad Económica (UE) y Población Ocupada Total (POT). Esto, a través de los censos económicos del INEGI. Así como, identificar el sector económico que predomina entre los negocios de los alumnos emprendedores de la institución donde se pretenda crear una incubadora.

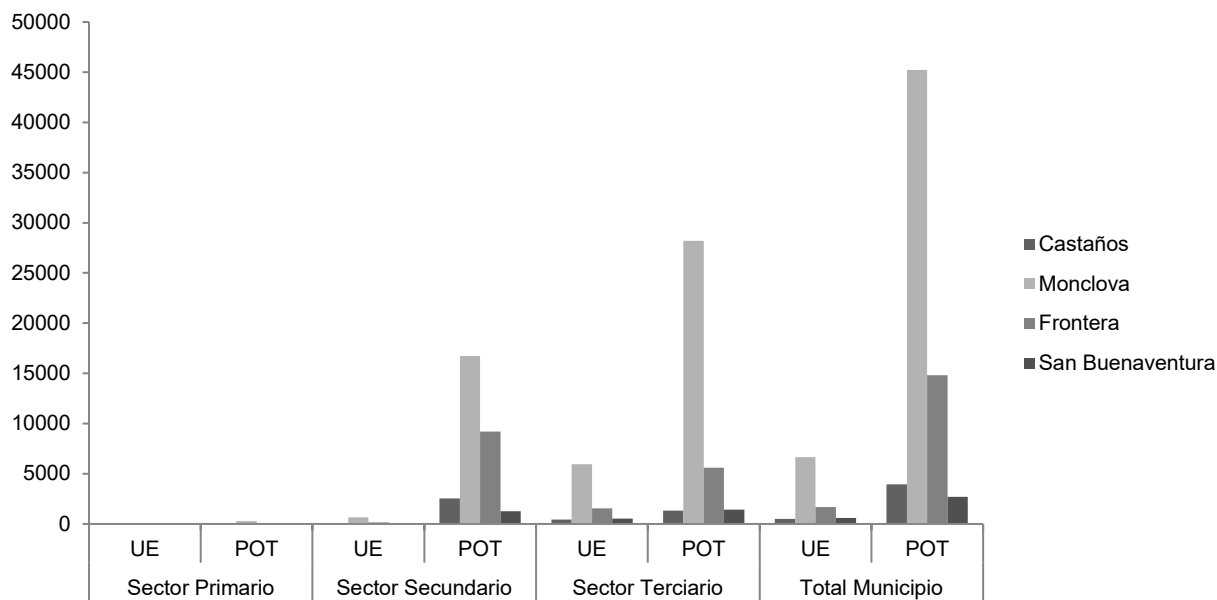
RESULTADOS

Las directrices metodológicas son:

Obtener un Panorama Global de la Evolución de los Sectores Económicos Pertenecientes al Entorno Donde se Pretende Crear Una Incubadora.

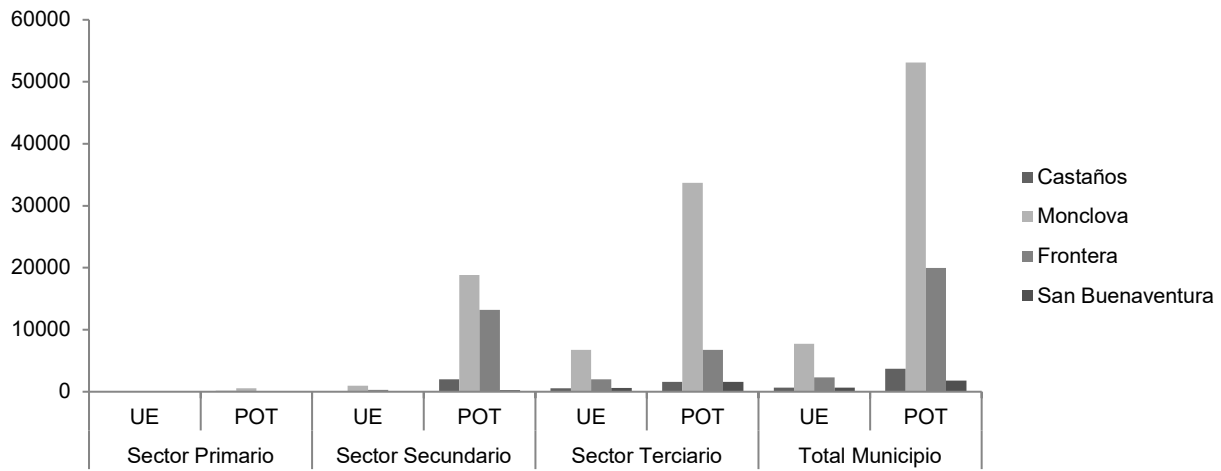
Para el diseño de una incubadora de negocios resulta pertinente obtener, a través del procesamiento y análisis de los censos económicos del INEGI, un panorama de la evolución del entorno económico de la zona donde se pretenda crear una incubadora de negocios. Dicho análisis debe tomar en cuenta las Unidades Económicas (UE) y las Población Ocupada Total (POT). En nuestro caso correspondió a la zona conurbada de Monclova, Coahuila; misma que abarca los municipios de Castaños, Frontera y San Buenaventura. En las Figuras 1 2, y 3 muestran dicha evolución.

Figura 1: Distribución de los Sectores Económicos y Mercado Laboral en 2004



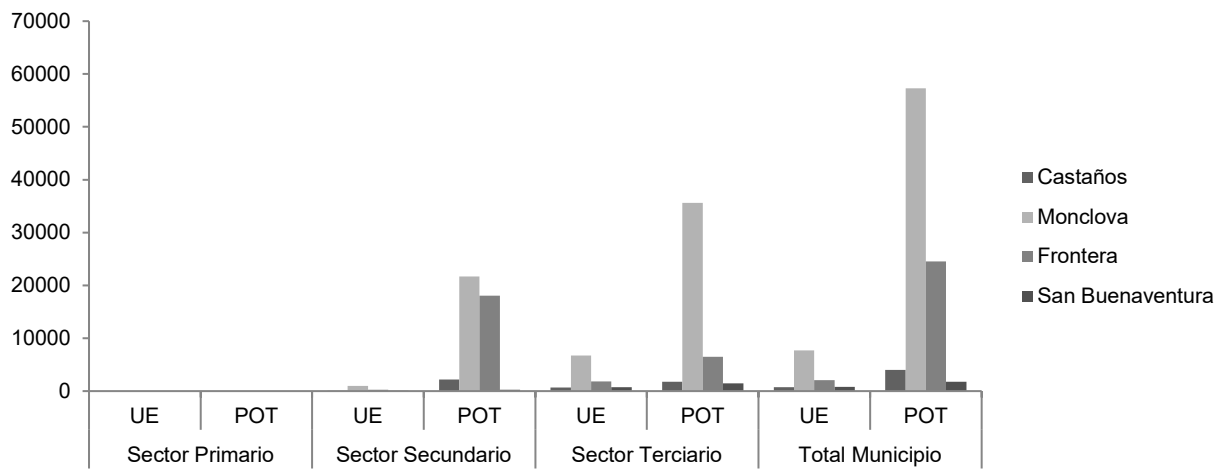
UE: Unidad económica POT: Población ocupada Total. La figura 1 muestra que durante el 2004 el sector primario de Monclova y Castaños representa un porcentaje relativamente bajo, menor del 1 por ciento y no existen registro de las Unidades Económicas (UE) de Frontera y San Buenaventura, Coahuila. Respecto a los sectores secundario y terciario del área conurbada, los porcentajes de las UE, respecto al total de los municipios son muy semejantes. Los porcentajes de las UE del sector secundario del área conurbada, respecto del total varía de un 8.7% a un 9.2 % del total. El porcentaje de las UE del sector terciario en el área conurbada respecto del total varían de un 89.93% a un 91.3%. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Censo Económico 2004 del INEGI.

Figura 2: Distribución de los Sectores Económicos y Mercado Laboral en 2009



UE: Unidad económica POT: Población ocupada Total. La figura 2 muestra que en el 2009 las Unidades Económicas (UE) del sector primario de Castaños disminuyeron respecto al total y las de Monclova se incrementaron. No existen registros de las UE de los sectores primarios de Frontera y San Buenaventura. En el sector secundario, las UE de Monclova, Frontera y Castaños aumentaron respecto al censo 2004; mientras que San Buenaventura se redujeron levemente. Consecuentemente, las UE del sector terciario de Monclova, Frontera y Castaños se redujeron como porcentaje del total de las UE, respecto al censo del 2004 y en San Buenaventura se incrementaron levemente. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Censo Económico 2009 del INEGI. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Censo Económico 2009 del INEGI.

Figura 3: Distribución de los Sectores Económicos y Mercado Laboral en 2014



UE: Unidad económica POT: Población ocupada Total. La figura 3 muestra que para el 2014, el sector primario desapareció del área conurbada de Monclova, Coahuila. En cuanto al sector secundario, las Unidades Económicas (UE) del área conurbada representan alrededor de la décima parte del total de las UE de los sectores secundarios y terciarios. De tal forma que casi el 90% del total de las UE de dicha área pertenecen al sector terciario. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Censo Económico 2014 del INEGI.

Los datos aportados por los censos económicos del INEGI (2004, 2009 y 2014) muestran que en el caso de la zona conurbada de Monclova, Coahuila, el sector primario prácticamente desapareció. El sector secundario se mantiene estancado; mientras que en el sector terciario se concentran la mayor cantidad de UE y POT. Esto nos permitió determinar estrategias que promuevan el éxito y supervivencia de las nuevas empresas. Por ejemplo, el diseño de un curso taller de creatividad e innovación.

Identificar la Cantidad de Emprendedores en la IES y Seleccionar el Tipo de Incubadora de Negocios a Implantar

Simultáneamente, se efectuó un censo entre la población estudiantil de la FCA para identificar de entre los 1, 244 alumnos ¿Cuántos actualmente tienen un negocio? (Emprendedores Universitarios). Para la realización de dicho censo se recorrió el total de aulas de ambos turnos y la información se obtuvo manualmente contando el número de alumnos que respondieron a la pregunta formulada. De acuerdo con los datos obtenidos se identificaron 99 EU. Sin embargo, solamente 57 EU accedieron a participar en el estudio. Una vez identificados los Emprendedores Universitarios (EU), se procedió a la administración de un cuestionario. Se solicitaron: datos generales, sector al que pertenece su negocio, descripción del mismo y apoyo requerido. Esto permitió definir el modelo de incubadora predominante para la FCA: de tipo tradicional. Dicho tipo de incubadora no otorga dinero en efectivo sino, proporciona el conocimiento y las herramientas requeridas para arrancar el negocio y posteriormente se le apoya proporcionando al futuro empresario la información y orientación necesaria para la obtención del financiamiento requerido para la puesta en marcha de su negocio.

Diseñar de los Procedimientos Operativos de la Incubadora de Negocios

Estructura Administrativa

Se definió la misión y visión para la Incubadora de Negocios de la Facultad de Contaduría (INFCa), su principal función, servicios que brinda y necesidades que deben ser atendidas por la INFCa. Asimismo, se diseñó el organigrama el cual está integrado por el Consejo Administrativo, el Coordinador General, los Asesores INADEM, el Coordinador de Servicios Administrativos, el Consejo Técnico de Evaluación Interna, el Comité Externo de Evaluación y Retroalimentación, los Asesores Técnicos Profesionales y un Asistente Administrativo. Se definieron las funciones de cada uno de éstos.

Etapas del Proceso de Incubación de la INFCa y Sus Procedimientos Operativos Correspondientes a Cada Fase.

I Etapa: Proceso de Pre-Incubación

I Fase: tipificación y pre-registro del emprendedor, su perfil y del proyecto.

El primer paso a efectuar es identificar y registrar los datos del emprendedor, de su proyecto, así como corroborar que posea el perfil de emprendedor. Para tal propósito el alumno emprendedor que desee participar en la incubadora deberá cumplir con los requisitos que se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2: Requisitos a Cumplir Por el Alumno-Emprendedor

Llenar Cédula de Pre-Registro
Contestar el cuestionario tipo Likert para determinar si cumple con el perfil de emprendedor.
Resolver test para evaluar capacidad de creatividad e innovación
Asistir a un taller de innovación y creatividad (duración 12 horas), obtener la constancia de participación y cumplimiento con el producto a entregar.
Elaboración de la presentación del proyecto de negocio a crear.
Obtener la carta de aceptación y notificación para la presentación del proyecto del emprendedor ante el Consejo Técnico de Evaluación Interna

La Tabla 2 muestra los requisitos que todo alumnos-emprendedor aspirante a recibir apoyo de parte de la incubadora debe cumplir anterior a su valoración por el comité del Consejo Técnico de Evaluación Interna. Fuente: Elaboración propia a partir de datos contenidos en el Manual Metodología y Procedimientos Operativos Para la Creación de una Incubadora de negocios en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila.

II Fase: Valoración por el Consejo Técnico de Evaluación Interna

Se reúne el Consejo Técnico de Evaluación Interna y se entrega el expediente de cada uno de los candidatos a participar en la INFCA con la finalidad de revisar, retroalimentar y emitir un dictamen sobre el proyecto de negocio. Dicho Consejo elabora los documentos indicados en la Tabla 3.

Tabla 3: Documentos a Elaborar Por El Consejo Técnico de Evaluación Interna

Evaluación del Perfil del Proyecto
Dictamen del perfil del emprendedor y de su proyecto de negocio.
Carta de aceptación y notificación de la presentación del proyecto de negocios ante el Comité de Evaluación y Retroalimentación Externo.

La Tabla 3 muestra los procedimientos a ser ejecutados por el Consejo de Evaluación Interna. Dicho Consejo evalúa , emite un dictame y elabora la carta de aceptación y notificación de la presentación del proyecto de negocios ante el Comité de Evaluación y Retroalimentación Externo. Fuente: Elaboración propia a partir de datos contenidos en el Manual Metodología y Procedimientos Operativos Para la Creación de una Incubadora de negocios en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila.

III Fase: Evaluación y Retroalimentación por el Comité Externo de Evaluación y Retroalimentación. El Comité Externo de Evaluación y Retroalimentación, escucha la propuesta y presentación del proyecto de negocio del incubando, evalúa y proporciona a éste retroalimentación pertinente y directriz que permita a dicho incubando incorporar propuestas de mejora y viabilidad a su proyecto. Dicho Comité llena los documentos indicados en la Tabla 4.

Tabla 4: Documentos a Entregar Por el Comité Externo de Evaluación y Retroalimentación

Cédula de Evaluación.
Retroalimentación: Análisis FODA
Concentrado de evaluación de los proyectos de negocios.
Notificación de resultados a alumnos-emprendedores cuyos proyectos fueron aceptados.

La Tabla 4 muestra los procedimientos que el Comité Externo de Evaluación y Retroalimentación debe realizar una vez que escucha y evalúa la propuesta y presentación del proyecto de negocio del incubando. Fuente: Elaboración propia a partir de datos contenidos en el Manual Metodología y Procedimientos Operativos Para la Creación de una Incubadora de negocios en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila.

II Etapa: Proceso de Incubación

IV Fase: Gestación y procedimiento para la elaboración del Plan de Negocios.

En ésta fase el incubando desarrolla y consolida las competencias que el incubando requiere para gestar, elaborar y documentar su Plan de Negocios pertinente al proyecto de negocio presentado y aprobado por el Comité de Evaluación y Externo. A partir de ésta fase se establecerá el enlace entre los incubandos y los asesores certificados del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), el tutor que le sea asignado y el Equipo de Trabajo INFCA (Conformado por Asesores Técnicos Profesionales). En esta fase el incubando realiza las actividades que se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5: Actividades Que el Incubando Deberá Realizar

Recurrir al Modelo o Lienzo de Canvas Diseñado Por Osterwalder y Pigneur (2014) Para Detectar los Elementos Que Generan Valor al Negocio
Elaborar su Programa de Trabajo para ordenar y sistematizar información relevante para llevar a cabo las actividades necesarias para la creación del negocio.
Redactar su Plan de Negocios donde describe detallada y formalmente la propuesta de un negocio nuevo y cómo será llevado a la práctica.
Escribir el Resumen Ejecutivo donde sintetiza los puntos más importantes que conforman un Plan de Negocios.

La Tabla 5 muestra una serie de actividades que el incubando deberá realizar una vez que su proyecto fue evaluado y aprobado por el Comité Externo de Evaluación y Retroalimentación. Algunas de las actividades incluyen diseñar su programa de trabajo de acuerdo con el modelo o lienzo de Canvas, redactar su plan de negocios y el resumen ejecutivo. Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos del INADEM (2016)

Durante esta fase el Equipo de asesores INFCA asesoran al emprendedor de acuerdo con el programa de trabajo establecido. Registran y reportan al tutor los acuerdos y avances de cada reunión en minutas. Al término de cada etapa del Programa de Trabajo se convoca a una reunión al equipo de trabajo INFCA para retroalimentar al emprendedor. En caso requerido, se realizan ajustes a dicho programa y al Lienzo de Canvas. Asimismo, y de acuerdo a las necesidades detectadas se organizan cursos-talleres de carácter práctico que tengan como objetivo fortalecer las habilidades y competencias de los incubandos en la elaboración de su programa de trabajo. Una vez que el incubando entregó el Plan de Negocios y el Resumen Ejecutivo y ambos fueron aprobados Equipo de Trabajo INFCA se le otorga una constancia de aprobación.

V Fase: Constitución de la empresa y financiamiento. El tutor del emprendedor y algunos miembros del Equipo de Trabajo INFCA orientarán al incubando sobre los procedimientos a efectuar para la constitución y financiamiento para su empresa. En esta fase se determinan fuentes de financiamiento y se cumple con formalidades fiscales, laborales y gubernamentales.

VI Fase: Ejercicio de los recursos financieros de acuerdo con el Plan de Negocios. En esta fase se propone asegurar que el recurso financiero se realice de acuerdo con el Plan de Negocios elaborado por el incubado. En ésta fase participan todos aquellos incubados que aprobaron su Plan de Negocios y obtuvieron el recurso o crédito financiero.

III Etapa: de Post-Incubación

VII Fase: Seguimiento, monitoreo y evaluación de los indicadores de desempeño de la nueva empresa. En esta fase el objetivo principal es dotar al nuevo empresario de las habilidades y competencias necesarias para dar seguimiento y llevar un control de su nuevo negocio y se emplean las herramientas mostradas en la Tabla 6.

Tabla 6: Herramientas Para el Seguimiento, Monitoreo y Evaluación de la Nueva Empresa.

Empleo del Método de Razones Financieras
Análisis Organizacional Interno.
Análisis del Entorno.
Mejoras a implementar

En la Tabla 6 se muestran las herramientas a las que los tutores que pertenecen a la incubadora deberá recurrir para proceder al seguimiento, monitoreo y evaluación de la nueva empresa. Fuente: Elaboración propia a partir de datos contenidos en el Manual Metodología y Procedimientos Operativos Para la Creación de una Incubadora de negocios en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Una vez efectuado el análisis sobre el estado financiero y el diagnóstico organizacional, el nuevo empresario deberá recibir retroalimentación por un evaluador de la INFCA.

CONCLUSIONES

A través de éste trabajo se expusieron, de manera sintetizada, las directrices y procedimientos operativos que guiaron el diseño de la metodología para crear una incubadora de negocios para una Institución de Educación Superior (IES). De tal forma que se puede concluir lo siguiente: En primer lugar, resultó de suma utilidad revisar y analizar los censos económicos 2004, 2009 Y 2014 del INEGI, pues se observó que en el sector terciario donde pertenecen comercios, servicios, etc., existe una fuerte competencia. Esto debido a que el sector primario (agricultura, ganadería, etc.) prácticamente desapareció y el secundario (industria y manufactura) se encuentra estancado. Dado que los negocios de los alumnos emprendedores pertenecen en su mayoría al sector terciario, se estableció como estrategia incentivar la creatividad e innovación. El alumno emprendedor que solicite incorporarse a la incubadora deberá asistir a un curso-taller de creatividad e innovación y como resultado, presentar la innovación efectuada a su producto o servicio que actualmente ofrece o desea brindar. En segundo lugar, se observó que la mayoría de los alumnos que actualmente tienen un negocio recurrieron tanto a ahorros propios como familiares.

De tal forma que la familia tiene injerencia en el negocio. Por tanto, en el manual *Metodología y Procedimientos Operativos Para la Creación de una Incubadora de negocios en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila*, se incluyeron herramientas del campo de la empresa familiar. La pertinencia de incorporar herramientas del campo de la empresa familiar es corroborada por diversos autores. De acuerdo con Valdez & Sánchez (2012), a nivel mundial, se clasifica a las empresas como: micro, pequeña y mediana empresa. Esta clasificación es también empleada por los programas gubernamentales que destinan recursos económicos federales para impulsar la incubación de negocios. Sin embargo, clasificar a las empresas en micro, pequeñas o medianas es la forma más fácil, pero no la más útil. Pues el tipo de propiedad condiciona más la continuidad de las empresas, que el tamaño de éstas (Tàpies, 2014). Cabello, Reyes & Solís (2004); Mendoza, Hernández y Salazar (2010); Simón (2013); La Salle (2013) y Arthursen (2016) coinciden en que la mayoría de las micro y pequeñas empresas inician como negocios familiares: empiezan con ahorros propios y de la familia. Por ende, se ven afectadas por los conflictos inherentes a toda empresa familiar no profesionalizada. De aquí la necesidad de incorporar el Protocolo familiar, políticas para la contratación y despido de familiares, etc. Finalmente, una facultad enfocada a la administración debe no solamente enseñar asignaturas relacionadas con este campo. Sino también, proporcionar apoyo a los alumnos emprendedores a través de la creación de una incubadora de negocios. De esta forma, se aportaría una solución al “desligamiento entre la idea y los recursos necesarios para poner en marcha el negocio”. Para nuestro entorno, donde el desempleo y sub-empleo prevalece apoyar al alumno emprendedor e impulsar el desarrollo de su negocio dentro de las universidades constituye un reto para enfrentar los embates que amenazan el futuro de nuestros egresados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allesch, J., (1987). Innovation Centers and Sciences Parks in the Federal Republic of Germany en Gibb, J.M. Ed., Science Parks and Innovation Centers: Their Economic and Social Impact. Elsevier, Amsterdam, pp. 58-68 Disponible en: <http://epn.sagepub.com/content/32/6/1065.abstract>

Arthursen, (2016). Empresa familiar no es sinónimo de PYME. Arthursen, Disponible en: <http://www.arthursen.com/articulos-estudios/empresa-familiar>

Barreto, K., (2008). *Una metodología de diseño en la implementación de incubadoras de empresas de tecnologías de información en universidades peruanas y su aplicación en la UNMSM (Universidad*

Nacional de San Marcos). Tesis. Lima, Perú. Disponible en:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/5B28A1EA447F5BB40525771F007AD00B/\\$FILE/2_Tesis_Una_metodolog%C3%ADa_de_dise%C3%B1o_en_la_implementaci%C3%B3n_de_incubadoras_de_empresas.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/5B28A1EA447F5BB40525771F007AD00B/$FILE/2_Tesis_Una_metodolog%C3%ADa_de_dise%C3%B1o_en_la_implementaci%C3%B3n_de_incubadoras_de_empresas.pdf)

Bollati, L., (2015). Análisis de los modelos de incubación existentes . Csp de estudio de la Red de incubadoras de América Latina. Disponible en:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7876/2/TFLACSO-2015LMB.pdf>

Cabello, A., Reyes, R., y Solís, P., (2004). El perfil organizacional de las PyMEs (microempresas, pequeñas y medianas Empresas) En el sector manufacturero: un análisis integral. Disponible en:
http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/02-197_Adalberto_Cabello_Ch_vez.pdf

Carsud, A., (2000). Creating An International High Technology Incubator: The Case Of The Ucla Venture Development Program, *Journal of Enterprising Culture*, Vol 8, No. 2, (Junio, 2000), pp. 185-200. Disponible en: <http://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S021849580000115>

CETYS, Universidad. (2016). Incubadora de Negocios de CETYS Universidad. Proceso metodológico de incubación de una incubadora de tecnología intermedia. Disponible en:
<http://www.cetys.mx/userfiles/centroempreendedor/Incubadora.pdf>

Civaj, M., (2008). El aliado que necesitas para crecer. En *Revista digital entrepreneur*. Disponible en:
<http://www.entrepreneur.com/article/260461>

Coit, M., (2006). Place To Hatch Startups: Helping Companies Take Shape - Former Agilent Campus In Rohnert Park Becomes Incubator For Fledgling Entrepreneurs, *The Press Democrat*, Vol 17, No. 3, (Diciembre, 2006), pp. 60-67. Disponible en:
<http://www.pressdemocrat.com/news/2249862-181/startup-incubator-in-rohnert-park?ref=related>

Erossa, V., y Arroyo, P., (1997). Creación de pequeñas empresas exportadoras: una experiencia en Centroamérica. En *Comercio Exterior*, pp. 74-79 Disponible en:
<http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/331/9/RCE9.pdf>

Hackett, M., y Dilts, D., (2004). A Systematic Review of Business. Incubation Research, *Springer Netherlands*, Vol 29, No. 1, (Enero, 2004), pp. 55-82. Disponible en:
<http://link.springer.com/article/10.1023/B:JOTT.0000011181.11952.0f#/page-1>

INADEM, (2016). Página Institucional. Instituto Nacional del Emprendedor. Disponible en:
<https://www.inadem.gob.mx/institucional/>

INADEM (2016). Programa de Incubación en Línea (PIL). Crea tu empresa. Disponible en:
http://www.ime.gob.mx/documentos/PIL_2016.pdf

INEGI (2004). Censos económicos 2004. Disponible en:
<http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/default.aspx>

INEGI (2009). Censos económicos 2009. Disponible en:
<http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/default.aspx>

INEGI (2014). Censos económicos 2014. Disponible en:
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>

ITESM, (2007). Incubadora de Microempresas Tradicionales ITESM. Disponible en: <http://apps05.ruv.itesm.mx/portal/portales/incubadorasocial/publico/infogeneral/incubadora.htm>

La Salle, (2013). Protocolo de Familia para PYMES. Disponible en: http://www.empresasfamiliares-lasalle.mx/?q=protocolo_de_familia#.WFgkrY0izIU

Mayer, E., y Jimenez, K., (2011). Las incubadoras de negocios en México: un análisis descriptivo. En Ciencia UAT, Vol. 6 núm. 2, octubre-diciembre, pp. 8-13. Disponible en: <http://www.revistaciencia.uat.edu.mx/index.php/CienciaUAT/article/view/62>

Mendoza, J., Hernández, M., y Salazar, B., (2010). Las PYMES familiares y no familiares ¿Empresas diferentes? Disponible en: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/mendoza_moheno_jessica/

Montiel, C., (2008). Incubadoras de empresas: una tipología de modelos de incubación en México. Ponencia presentada en II International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management XII Congreso de Ingeniería de Organización September 3-5, 2008, Burgos, Spain. Disponible en: http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2008/BUSINESS_ADMINISTRATION_AND_STRATEGY/219-228.pdf

Osterwalder, A., y Pigneur, I., (2014). Generación de Modelos de Negocios. Disponible en: http://ut-fre.com.ar/wp-content/uploads/2014/08/Generacion_de_Modelos_de_Negocios.pdf

Perezcano, L., (2011). ¿Qué es una incubadora de negocios? En Kπpital Privado. Disponible en: <http://www.capitalprivado.com.mx/2011/05/10/que-es-una-incubadora-de-negocios/>

Rea, L., y Parker, R., (2014). Designing and Conducting Survey Research. A Comprehensive Guide. Fourth Edition. Jossey-Bass A Wiley Brand.

Sánchez, J., (2013). *Incubadora de empresas: concepto, estructura y universalidad*. Disponible en: <http://www.encyclopediadetareas.net/2013/05/incubadoras-de-empresas-concepto.html>

Simón, J., (2013) Pymes familiares mexicanas, optimistas ante futuro: PwC. En *El Economista*. Disponible en: http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/01/29/pymes-familiares-mexicanas-optimistas-ante-futuro-pwcpymes_familiares_y_no_familiares__empresas_diferentes.pdf

Tàpies, J., (2014). Somos una PIME o una empresa familiar. Disponible en: <http://blog.iese.edu/empresafamiliar/2014/somos-una-pyme-o-una-empresa-familiar/>

Tornatzky, L., et. al. (2003). Incubating Technology Business: A National Benchmarking Study, NBIA Series., USA. Disponible en: <http://docplayer.es/14932069-Estado-del-arte-de-incubadora-de-empresas-de-tecnologias-de-la-informacion-en-universidades.html>

Valdés, J., (2015). Síntesis sobre las características de los procesos de emprendimiento e incubación de negocios en México. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5071442.pdf>

Valdez, J., & Sánchez, G., (2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. En *Iberóforum*. Vol. VII, Núm. 14, Julio-Diciembre, pp.126-156. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>

Wompner, F., (2007). Un modelo de incubadora de negocios universitaria; en la ruta de la innovación organizacional. En Observatorio de la economía latinoamericana. Revista académica de economía. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cl/2007/fw-incub.htm>

BIOGRAFÍA

Yolanda Saldaña Contreras: Doctorado en Educación por The University of Manchester, Inglaterra. Adscrita a la Universidad Autónoma de Coahuila como catedrático- investigador perfil PRODEP. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración, Carretera 57 km. 4.5, Monclova, Coahuila, México.

Fernando M. Ruiz Díaz: Doctorado en Investigación de Operaciones por The University of Manchester, Inglaterra. Adscrito a la Universidad Autónoma de Coahuila como catedrático- investigador perfil PRODEP. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración, Carretera 57 km. 4.5, Monclova, Coahuila, México.

Laura Leticia Gaona Tamez: Candidata a Doctor en Administración y Alta Dirección. Catedrática Asociada con perfil PRODEP en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración en Carretera 57 km. 4.5, Monclova, Coahuila, México.

Juan Jesús Nahuat Arreguín: Doctorado en Planeación Estratégica por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Catedrático investigador, Perfil PRODEP. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración, Carretera 57 km. 4.5, Monclova, Coahuila, México.

Kelly Alejandra Muñoz Peña: alumna de la carrera de Licenciatura en Contaduría de la Universidad Autónoma de Coahuila. Colaboradora en proyectos de investigación realizados por la Dra. Yolanda Saldaña Contreras: Facultad de Contaduría y Administración, Monclova, Coahuila.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA RENDRUS

Gerardo Vera Muñoz, Benemérita Universidad Autónoma De Puebla
Rafaela Martínez Méndez, Benemérita Universidad Autónoma De Puebla
Montserrat Vera Muñoz, Benemérita Universidad Autónoma De Puebla

RESUMEN

La innovación actualmente es fundamental para la competitividad empresarial. Por su parte, el desarrollo sustentable pretende orientar el rumbo de la empresa, por un camino que genere riqueza, contribuya al desarrollo social y al cuidado del ambiente. Esta relación, innovación – desarrollo sustentable, muchas empresas lo han hecho parte de su discurso, sin embargo, en la realidad se observan discrepancias entre los resultados de las innovaciones y del desarrollo sustentable. El objetivo es analizar hasta si las innovaciones realizadas por una muestra de empresas pertenecientes a la Red Nacional de Desarrollo Rural Sustentable (RENDRUS), además de buscar rendimientos económicos, también persiguen aportar soluciones a problemas sociales y ambientales. Se siguió una estrategia metodológica cuantitativa, que consistió en seleccionar una muestra no aleatoria de 59 micro y pequeñas empresas de la RENDRUS. Los resultados destacan la importancia dada a la innovación, principalmente a las innovaciones de producto, a través de las cuales se produce un beneficio económico, y a las innovaciones de proceso, que pueden llegar a producir resultados positivos en la dimensión ambiental, sin embargo, hay un interés mínimo para las innovaciones sociales, lo que limita una contribución integral al desarrollo sustentable.

PALABRAS CLAVE: Innovación, Desarrollo Sustentable, RENDRUS

INNOVATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE RENDRUS

ABSTRACT

Innovation today is fundamental for business competitiveness. Sustainable development aims to guide the direction of the company, by a path that generates wealth, contributes to social development while caring for the environment. The relationship between innovation and sustainable development, is part of the discourse for many firms. However, there are differences between the results of innovations and sustainable development. The objective of this study is to analyze innovations carried out by a sample of companies belonging to the National Network of Sustainable Rural Development (RENDRUS). A quantitative methodological strategy was followed, which consisted of selecting a non-random sample of 59 micro and small companies from RENDRUS. The results highlight the importance given to innovation, mainly to product innovations, through which an economic benefit is produced. Firms with to identify innovations, which can produce positive results in the environmental dimension. However, there exists minimum interest in social innovations, which limits an integral contribution to sustainable development.

JEL: M15, O30, Q01, R00

KEYWORDS: Innovation, Sustainable Development, RENDRUS

INTRODUCCIÓN

La innovación como menciona Freeman (como se citó en Formichella, 2005): Es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema; en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado. Innovar es a groso modo una nueva forma de hacer las cosas, lo cual implica cambios sociales, políticos, económicos, tecnológicos y ambientales; pero también significa aprovechar la energía, creatividad y compromiso de las empresas y la sociedad civil para lograr este objetivo. Así, es como a raíz de una necesidad de crecimiento económico, ambiental y social la innovación es la base del desarrollo sustentable. Formichella (2005) en su trabajo “La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo” describe a la innovación como aquella que genera un proceso de retroalimentación positiva, es decir, que cuantas más innovaciones haya en una comunidad, más riqueza se creará, y más incentivos y recursos habrá para la generación de nuevas innovaciones”. El objetivo de este trabajo es entender el concepto de innovación y analizar la relación con el desarrollo sustentable. Por ello, a continuación, se explica la estrategia metodológica; enseguida se realizará una revisión de la literatura sobre los conceptos de innovación y desarrollo sustentable; para continuar con el análisis de los resultados sobre las empresas pertenecientes a la RENDRUS; finalizando con las conclusiones.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Innovación

El concepto de innovación tiene sus antecedentes en Shumpeter, quien señalaba que la innovación tecnológica desplaza a las viejas tecnologías y propicia la destrucción creativa. Propuso que la innovación debería ser entendida como la introducción de nuevos bienes, nuevos métodos productivos, nuevas fuentes de oferta de materias primas, incluso la apertura de nuevos mercados, que estrictamente hablando, podrían ser nuevos o no, pero que al ser utilizados en un contexto determinado, resultan originales (1957, como se citó en Arocena y Sutz, 2003). A la fecha, las propuestas sobre el concepto de innovación son numerosas, destacando en ellas la discusión sobre si el desarrollo o cambio realizado sobre un producto o proceso tiene que llegar al mercado para que se califique como algo innovador. Otro aspecto que hay que subrayar, cuando se habla de innovación, es el reconocer que se trata de un proceso no lineal y donde uno de sus elementos esenciales es el conocimiento y el territorio. Este último, juega un papel fundamental como proveedor de una serie de factores como apoyos por parte de organizaciones de gobierno, de ONG's, de Instituciones de Educación Superior, entre otros, que potencialicen las capacidades de innovación de las empresas. Algunas de las definiciones sobre el concepto de innovación, relativamente recientes y que servirán para construir el concepto que será la referencia en este trabajo son las siguientes:

Innovación: La aplicación de nuevos conceptos, ideas, productos, servicios y prácticas con la intención de mejorar las características, la utilidad y la satisfacción del consumidor o demandante (Gil-Lafuente, Luis-Bassa, 2011). La definición anterior está referida a la aplicación de la teoría que da lugar a una modificación aceptable en el producto de acuerdo a la función que éste desempeña y está enfocado al impacto social del consumidor de que tan aceptado es el cambio generado. Otra definición es la que encontramos en el manual de Oslo (2007), en la que se destaca, que la innovación hace referencia a la implantación de cambios significativos, ya sea en el producto, en el proceso, en la mercadotecnia o en la organización de la firma, con la intención de optimizar sus resultados.

En esta definición se puede decir que la innovación busca mejorar los resultados, pero sin que obligatoriamente tengan que ver con el mercado. Tal sería el caso de una mejora en algún proceso administrativo que reduzca tiempos muertos. Una definición más es la de Freeman, Clark y Soete (1982), ellos relacionan la innovación con la integración de la tecnología existente y la inventiva para desarrollar u optimizar un bien o servicio, un proceso o un sistema. Esta definición está enfocada a la aplicación de la tecnología para dar como resultado una mejora significativa en procesos y productos pero no toma en cuenta el impacto que ésta genera. Tomando en cuenta las definiciones anteriores, en este trabajo se

definirá como innovación: “Aquella combinación de la aplicación de conocimientos y tecnologías ya existentes para dar como resultado algo mejorado o novedoso”.

Por otro lado, siguiendo lo señalado en el manual de OSLO (2007), hay que puntualizar que la innovación puede tomar diferentes caminos y aplicarse en una gama muy amplia de situaciones, por ello es necesario hablar sobre los tipos de innovaciones siguientes: Innovación de producto: consiste en mejorar significativamente un bien o servicio; esta mejora puede ser en sus condiciones técnicas o en sus funciones, a través de aplicar las tecnologías o conocimientos disponibles, nuevos materiales o con el uso de las TC's. Innovación de proceso: se refiere a los aspectos de producción y distribución; implica cambios sustanciales ya sea en las técnicas, los materiales o en los softwares utilizados, que tengan como propósito fundamental mejorar la calidad o la reducción de los costos de producción o de logística.

Innovación en Marketing: se refiere principalmente a cambios significativos en el envasado, empaque, promoción o posicionamiento, y al igual que con los dos tipos de innovación anteriores, obtener un beneficio económico. Algo importante: la variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente. *Innovación en organización:* esta idea de innovación, junto con la de marketing y la innovación social, se puede decir, que son recientes, sin embargo, en términos generales, la idea central, se refiere a cambios significativos en los aspectos procedimentales o en las estrategias de la empresa, con la finalidad de reducir sus costos de transacción internos o para incrementar la productividad de la firma. *Innovación radical:* Originan los grandes cambios del mundo; este tipo de innovaciones dan lugar al desarrollo de nuevos sectores empresariales.

Innovación progresiva: Alimentan de manera continua el proceso de cambio; se trata de innovaciones marginales que eventualmente pueden llegar a ser la base de las innovaciones radicales. También es necesario agregar el concepto de Innovación social, la que de acuerdo a la European Comisión (2014), consiste en: Encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público o en producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad. Capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración.

Desarrollo Sustentable

A diferencia de la innovación, el concepto de desarrollo sustentable es más reciente, sobre todo, en el escenario empresarial. El concepto se torna importante al momento en que el empresario se da cuenta que ocuparse del cuidado del ambiente y de aspectos sociales, puede tener un efecto económico sustancial. Una de las definiciones que se toma como referencia principal es la surgida en el conocido informe Brundtland en 1987. En el informe mencionado la idea de desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad de la humanidad para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras (Brundtland, 1987, como se citó en Pierri, 2005). Esta definición del desarrollo sustentable es referida hacia la acción humana sobre la naturaleza para satisfacer sus necesidades, pero no toma en cuenta las tres dimensiones que componen al desarrollo sustentable. Otra definición más integral sobre desarrollo sustentable es la de Calvente (2007); menciona que el desarrollo sustentable consiste en un manejo pertinente de los recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el propósito de lograr un mejor nivel de vida para la humanidad, así como, ocuparse de seguir patrones de consumo que no afecten el bienestar de las generaciones futuras. Esta segunda definición del término desarrollo sustentable engloba todas las dimensiones que componen la sustentabilidad y se refiere en cómo se deben utilizar los recursos para satisfacer necesidades del ser humano. Con este par de definiciones como referencia, se propone como definición de desarrollo sustentable para este trabajo, la siguiente: “Es la combinación de factores sociales, ambientales y económicos, que satisfacen la necesidades de los seres humanos determinando buena calidad de vida sin causar daños colaterales negativos al ambiente y a la sociedad en un futuro”.

METODOLOGÍA

Se aplicó una estrategia metodológica cuantitativa, que consistió en analizar una muestra no probabilística de 59 empresas micro, pequeñas y medianas que en algún momento han formado parte de la Red Nacional de Desarrollo Sustentable (RENDRUS). La muestra de 59 empresas corresponde a unidades económicas de los estados del norte, centro y sur de la república mexicana; los estados y las empresas encuestadas se eligieron atendiendo al lugar de residencia de los investigadores participantes en el proyecto denominado: “El papel de las redes sociales en el desarrollo de las microempresas rurales”, coordinado por la Dra. Rebeca de Gortari del Instituto de Investigaciones Sociales de Universidad Nacional Autónoma de México y financiado por el Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT/DGPA, UNAM).

El estudio de campo inició en el mes de junio de 2014, a partir de la base de datos proporcionada por la RENDRUS, la que incluía un total de 512 empresas. A este gran total, se les hizo llegar un cuestionario vía correo electrónico, el que fue contestado únicamente por las 59 empresas que formaron parte del proyecto de investigación; el que la mayoría de empresas no hayan devuelto el cuestionario, se debió principalmente a que ya habían desaparecido o bien a que los correos de la base de datos habían sido modificados; un aspecto que hay que tener presente, es que en México como en muchas partes del mundo las micro y pequeñas empresas tienen ciclos de vida muy cortos. Del total de empresas que contestaron el cuestionario, a todas ellas, se les hizo visita in situ por parte de los investigadores que participaron en el proyecto referido, para conocer con mayor detalle sus formas de gestión y sobre sus experiencias en la RENDRUS; tales visitas se realizaron entre los años de 2015 y 2016. Para el análisis de los datos, se aplicaron herramientas de la estadística descriptiva. Además, se realizó una investigación documental, revisando revistas, libros y artículos sobre los conceptos de innovación y desarrollo sustentable. La hipótesis de trabajo que guió la investigación es la siguiente:

Las empresas orientan sus innovaciones al desarrollo sustentable, si y solo si, hay de por medio un beneficio económico. En la Tabla 1 que aparece a continuación se presentan las variables esenciales que servirán para realizar el análisis de los datos que se obtuvieron del trabajo de campo. Respecto a la innovación, es pertinente señalar que en la tabla referida no aparecen unidades de medición específicas, ello obedece a que las unidades de medida comúnmente conocidas como, por ejemplo, número de patentes, inversión en I+D, marcas registradas, están completamente alejadas de la realidad de las micro y pequeñas empresas; sin embargo, esto no significa que por ello no realicen ningún tipo de innovación. Las unidades de medida, si se les puede llamar así, de las innovaciones que realizan, tienen que ver con pequeñas mejoras a productos o procesos de producción, desarrollo de nuevos productos (que no patentan, con todos los riesgos que esto involucra), incorporación de nuevos insumos o materiales, cambios en sus procesos de comercialización, etcétera. Algo parecido ocurre con el desarrollo sustentable y, específicamente con la relación innovación desarrollo sustentable. Como alternativa a la “ausencia” de estas unidades específicas de medida, se incorporan testimonios de las innovaciones realizadas por algunas de las empresas analizadas, así como la relación de estas innovaciones con el desarrollo sustentable.

Tabla 1: Operacionalización de las Variables

Variable	Ítem	Unidad de Medida	
Innovación	De producto	Cambios significativos que conducen a una mejora en sus productos o procesos. En el caso de la innovación social las mejoras tienen una repercusión colectiva.	
	De proceso		
	En marketing		
	En organización		
Desarrollo Sustentable	Social	Permanencia en el mercado	
	Dimensión económica		
	Dimensión Ambiental		Uso de tecnologías amigables con el ambiente
	Dimensión social		Beneficios colectivos para todos aquellos que tienen alguna relación con la empresa, por ejemplo: empleados, proveedores, clientes, comunidad.

En esta tabla se muestran las variables a partir de las cuales se llevará a cabo el análisis de los datos que arrojó el trabajo de campo.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se describen algunas características demográficas de las empresas analizadas. Como se muestra en la tabla 2, se analizó un total de 59 empresas, de las cuales en su mayoría, el 85% son empresas tamaño micro y 15% son pequeñas, localizadas en distintas regiones de la República. Estas regiones se dividieron en: Zona Sur con un total de 20 empresas, correspondientes a los estados de Oaxaca, Veracruz y Puebla; Zona Centro con un total de 22 empresas de estados como Guanajuato, Morelos, D.F y Jalisco; y por último la zona Norte con un total de 17 empresas las cuales incluyen los estados de Chihuahua, Michoacán, Coahuila y Sonora.

Tabla 2: Tamaño de las Empresas Analizadas

Regiones	Tamaño		Subtotal
	Micro	Pequeñas	
Norte	16	1	17
Centro	17	5	22
Sur	17	3	20
Total	50	9	59

Esta tabla muestra el tamaño de las empresas analizadas por región

Respecto al origen del capital o sobre quienes dirigen la empresa, se clasificaron en empresas familiares y no familiares. Los resultados sobre esta variable se muestran en la tabla 3.

Tabla 3: Origen del Capital de las Empresas Analizadas

Regiones	Origen del Capital		Subtotal
	Familiar	No Familiar	
Norte	15	2	17
Centro	19	3	22
Sur	12	8	20
Total	46	13	59

Esta tabla muestra el origen del capital de las empresas analizadas por región.

Como se muestra en la tabla 3, la mayoría de las empresas analizadas, 46 de un total de 59 son empresas familiares. Destaca que en la región Sur es donde se observan más empresas no familiares con respecto a las zonas Norte y Centro del país. Esto se explica porque en la región sur, suelen predominar las cooperativas.

Tabla 4: Grado de Estudios de los Propietarios

Regiones	Grado de Estudios de los Propietarios		Subtotal
	Educación Superior	Sin Educación Superior	
Norte	10	7	17
Centro	14	8	22
Sur	16	4	20
Total	40	19	59

Esta tabla muestra el grado de estudios de los propietarios de las empresas analizadas por región

Observando la tabla 4, se tiene que la mayoría de quienes son propietarios o directivos de las empresas analizadas poseen estudios universitarios, 40 de un total de 59. Es importante agregar que en términos relativos, el 79% (16/20), los empresarios de la región Sur son los que mayormente han pasado por la universidad, mientras que los de la región Norte únicamente llegan al 62% (10/17) y los de la región central al 64% (14/22). Una explicación posible, podría ser que en la región Sur, la más pobre de la república mexicana, quienes egresan de la universidad, ante la escasez de empleo y los bajos salarios, tengan la necesidad de emprender su propia empresa.

Tipos de Innovación

Tabla 5: Porcentaje de los Tipos de Innovación de las Empresas Analizadas

Regiones	Tipos de Innovación en Porcentaje				Total
	De Producto	De Proceso	Organizacional	Social	
Norte	63	27	5	5	100
Centro	50	39	3	8	100
Sur	44	44	6	6	100

Observando la tabla 5, destaca que las empresas analizadas, sin importar la región donde están localizadas, alrededor del 90% de sus innovaciones son en productos y procesos productivos, y únicamente 10% corresponden a innovaciones organizacionales o sociales. Retomando la propuesta sobre el significado de innovación de Gil-Lafuente y Luis-Basa (2011), se puede decir, que las innovaciones mencionadas, consisten esencialmente en la aplicación de nuevos conceptos o ideas que les permiten mejorar sus productos o procesos y en consecuencia satisfacer las demandas de sus clientes. Se trata de innovaciones que se sustentan en recuperar los saberes familiares o en el expertise de sus dueños, directivos o trabajadores, y que muy poco o nada tienen que ver con las enormes cantidades de recursos que las grandes empresas dedican a sus actividades de innovación.

En el caso de innovación de producto, para las empresas de la zona norte, un ejemplo es la empresa Regal en el estado de Michoacán dedicada a la producción de productos para el cuidado personal a base de aguacate. Para la zona centro se tiene la empresa Xomex localizada en el estado de Guanajuato dedicada a la producción de xoconostle cristalizado. En la zona Sur la empresa Vitamoril dedicada a los productos para el cuidado personal elaborados con la semilla de moringa oleífera. En estos tres casos, son innovaciones donde se elaboran productos novedosos para el mercado, a partir de la incorporación de insumos no tradicionales, poco utilizados o incluso poco conocidos. En cuanto a las innovaciones de proceso un ejemplo representativo es la empresa Mezcal de la zona sur, que incorpora el uso de las TIC's en sus procesos de venta. En general las innovaciones de proceso observadas en varias de las empresas encuestadas, consisten en la comercialización de sus productos a través de páginas web.

Respecto a las innovaciones sociales, destaca en la zona Sur la empresa Vitamoril, que a través de prácticas de comercio justo ha incluido como sus proveedoras de materiales de palma y carrizo para el envasado de algunos de sus productos, a mujeres en situación vulnerable de las comunidades de la mixteca poblana, tales como Zapotitlán de las Salinas, San Pedro Otzumba y Ajalpan. Retomando lo señalado en la tabla 1 y en la definición de innovación social, esta práctica de Vitamoril puede catalogarse como innovación social en el entendido de generó nuevas relaciones sociales, así como un nuevo modelo de colaboración. Además, produjo un beneficio colectivo entre las mujeres de las poblaciones mencionadas.

Mercado

Tabla 6: Tipo de Mercado en el Que Participan las Empresas Analizadas en Porcentaje

Regiones	Tipo de Mercado			
	Local	Nacional	Internacional	Total
Norte	42	32	26	100
Centro	47	44	9	100
Sur	37	39	24	100

Esta tabla muestra en porcentaje el tipo de mercado en el que participan las empresas analizadas, de acuerdo a la región donde se ubican

Observando la tabla 6, se observa que la mayor parte de las empresas participan en el mercado Local y Nacional con porcentajes muy similares. Hay que destacar que las empresas de la zona norte y zona sur tiene una participación significativa en el mercado internacional con 26% y 24%, respectivamente. Al relacionar esto con la innovación, este porcentaje de participación en el mercado internacional puede ser explicado si suponemos que las innovaciones de producto de estas empresas han sido más atractivas para este mercado. Otro factor, puede ser, la capacidad de comercialización de estas empresas.

Origen de los Conocimientos Que Apoyaron la Innovación

Tabla 7: Origen de los Conocimientos Que Apoyaron la Innovación

Regiones	Tipos de Conocimientos						Total
	Propios	Proveedores	Familiares	Amigos	Universidades	Organizaciones Gubernamentales	
Norte	24	2	27	7	5	35	100
Centro	24	4	21	12	7	32	100
Sur	25	4	18	18	6	29	100

En esta tabla se muestra el origen de los conocimientos que sirvieron de apoyo para realizar las innovaciones de producto, de proceso, organizacionales o sociales por las empresas analizadas.

Como se observa en la tabla 7, la mayoría de las empresas, para el desarrollo de sus innovaciones, los conocimientos requeridos los obtuvieron principalmente de las organizaciones gubernamentales. Estos porcentajes, demuestran la importancia del territorio como detonante de las capacidades de innovación empresarial. Asimismo, destaca el porcentaje de conocimientos propios y de familiares que apoyaron la innovación; estas dos últimas fuentes de conocimientos son las que permiten rescatar los saberes tradicionales. Asimismo, queda de manifiesto que la vinculación empresas micro y pequeñas con las universidades aun es escasa, lo cual es una debilidad del sistema nacional de innovación mexicano.

Esta incipiente vinculación de las empresas micro y pequeñas con las universidades, puede ser una de las razones por las cuales, no obstante la iniciativa de los empresarios, y el pool de conocimientos que poseen

las universidades mexicanas, las innovaciones, específicamente las de producto y de proceso, realizadas por las empresas analizadas ocurren en sectores tradicionales y no en sectores de tecnologías de frontera.

Prácticas de Desarrollo Sustentable

Tabla 8: Empresas Que Llevan a Cabo Algunas Prácticas de Desarrollo Sustentable, en Porcentaje

Regiones	Prácticas de Desarrollo Sustentable		
	Sí	No	Total
Norte	87	13	100
Centro	56	44	100
Sur	33	67	100

Esta tabla muestra el porcentaje de empresas que dijeron llevar a cabo alguna práctica a favor del desarrollo sustentable

Recurriendo a la tabla 8, se puede notar que es en las regiones norte y centro, donde la mayoría las empresas llevan a cabo prácticas de desarrollo sustentable. La zona norte tiene un porcentaje del 87% y la zona centro 56%. Curiosamente en la zona sur, donde hay una gran variedad de recursos naturales, las prácticas de desarrollo sustentable tienen un porcentaje menor, únicamente 33%. Algunos ejemplos de estas prácticas de desarrollo sustentable, en la región norte es la empresa llamada Mezcal Don Mateo que hace uso de energías limpias, utilizando celdas solares para la electrificación. En la zona centro, se tiene a la empresa San Isidro que aplican la agricultura sustentable, que consiste esencialmente en aplicar una agricultura de conservación, la fertilización integral, el manejo integrado de plagas y uso eficiente del agua. Y por último en la zona sur en el estado de Puebla, la empresa Vitamoril, hace uso de eco tecnia, por ejemplo, elaboración de composta, captación de agua de lluvias, secadores solares, entre otras.

Llama la atención que estas prácticas de desarrollo sustentable, estén orientadas mayormente a atender aspectos sobre cuidado del ambiente y muy pocas de ellas se ocupen de atender el aspecto social. Al respecto se puede suponer que este descuido y escaso interés por el aspecto social este relacionado con el beneficio económico, es decir, el empresario se ocupará de los aspectos sociales si y solo sí, a cambio recibe una renta. En el caso de las prácticas llevadas a cabo para el cuidado del ambiente, el beneficio económico es muy visible y en algunos casos inmediato, como es el uso de las energías renovables. Por otra, parte al relacionar el desarrollo sustentable con la innovación, de acuerdo a los resultados encontrados se puede decir, que ciertamente, como lo menciona Formichella (2005), ante una necesidad de crecimiento económico, de cuidado y preservación del ambiente, y de buscar una sociedad más equilibrada respecto a repartición de la riqueza, de oportunidades para elegir que estudiar, en que trabajar, en que gastar el tiempo de ocio, etcétera, la innovación es la base para satisfacer estas demandas, sin embargo, queda claro, que en el escenario empresarial y en una economía de mercado, las innovaciones estarán orientadas primordialmente y casi exclusivamente al crecimiento económico.

Asimismo, como lo muestran los resultados anteriores en las empresas rurales, por supuesto que hay innovaciones y por supuesto que se observan prácticas de desarrollo sustentable. Ciertamente, bajo condiciones distintas a como ocurre esto en las empresas grandes. En las empresas analizadas, las innovaciones se realizan a partir de los conocimientos de familiares, de los propios empresarios y de los apoyos de instituciones de gobierno, y no a través de grandes inversiones ni tampoco de asignar personal expresamente para que se ocupe de desarrollar innovaciones de todo tipo. Pero, al igual que como ocurre con las empresas grandes, en las empresas analizadas, la mayoría de ellas micro y pequeñas empresas y localizadas en el sector rural mexicano, las innovaciones orientadas al desarrollo sustentable se ocupan casi exclusivamente de la dimensión económica, en menor medida de la dimensión ambiental y la dimensión social aun permanece muy lejana de sus intereses.

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta el objetivo de este trabajo: Entender el concepto de innovación y analizar la relación con el desarrollo sustentable; se puede concluir que la innovación en términos muy simplificados, pero muy prácticos, es cualquier cambio significativo que se realiza en un producto o en un proceso, que tiene como finalidad mejorar su rendimiento; subrayando, que tal mejora, no tiene porque terminar necesariamente en el mercado y perseguir un beneficio económico. Esto último cobra una mayor relevancia cuando se hace referencia a la innovación social. Otro aspecto a destacar en las empresas analizadas, es que su gestión, entre otras cosas, esta enfocada a las actividades de innovación, que esencialmente consisten en innovaciones marginales, cambios significativos en el diseño y elaboración de productos y servicios, y en la mejora de sus procesos productivos. En este sentido, un complemento fundamental, tiene que ver con los conocimientos y saberes que son la base de sus innovaciones, los cuales provienen de tres fuentes principales: instituciones de gobierno, de familiares y de ellos mismos.

Es necesario subrayar, que durante el trabajo de investigación, nos percatamos que la mayoría de las empresas aplican en un alto porcentaje la innovación de producto y de proceso, sin importar la zona del país a la que pertenezcan, mientras que en los demás tipos de innovación: organizacional o social, su desarrollo es nulo o mínimo. Esta situación, como se comentó con anterioridad, es posible que sea consecuencia de que los beneficios económicos que aportan las innovaciones sociales y organizacionales no sean tan inmediatos o sean muy escasos. En cuanto a la relación innovación-desarrollo sustentable, retomando nuestra hipótesis de trabajo: Las empresas orientan sus innovaciones al desarrollo sustentable, si y solo si, hay de por medio un beneficio económico.

Se puede concluir que, ciertamente, y al menos para las empresas analizadas, mientras las innovaciones orientadas al desarrollo sustentable no aporten un beneficio significativo, el interés del empresario será mínimo, en particular, para aquellas innovaciones orientadas a la dimensión social. No obstante lo anterior, en estos tiempos, la innovación se hace más importante y eventualmente tendrá que ir de la mano con el desarrollo sustentable. Algunas de las firmas investigadas ya lo han entendido, tratan de incursionar en nuevos nichos de mercado sin perjudicar al ambiente, por ejemplo, haciendo uso de ecotecnías o energías renovables en sus procesos de producción, así como, atender algunos aspectos sociales a través de prácticas de comercio justo. Y donde, por un lado, el factor que motiva estos cambios, es la expectativa de alcanzar un mayor beneficio económico, por otro lado, el compromiso con el cuidado del ambiente y con el compromiso social derivados de los valores de los directivos o propietarios.

Finalmente, una de las limitaciones de la investigación, tal vez la principal, es que se enfocó únicamente en empresas micro y pequeñas, y que han participado en la RENDRUS. Es deseable que trabajos futuros aborden empresas de otros sectores, a la vez de que intenten responder a interrogantes como por ejemplo, ¿Es incompatible desarrollo y sustentabilidad?. Entendiendo que sustentabilidad significa continuidad y equilibrio, mientras que desarrollo implica cambio y dinamismo. ¿Será por ello que la empresa, cuya génesis y sobrevivencia se fundamentan en el cambio y en la innovación, tiene serias dificultades para cumplir con las tres dimensiones que señala el desarrollo sustentable? ¿Hasta que punto, será necesario pensar la empresa de una manera diferente, de tal suerte, que pueda conciliar los intereses económicos, ambientales y sociales? ¿Acaso habrá un modelo de empresa que haya entendido la necesidad, por cierto urgente, de que no basta con generar riqueza, sino además, de repartirla de manera más equitativa, así como de ser más responsables en los aspectos ambientales y sociales?

REFERENCIAS

Arocena, R., y Sutz, J. (2003). *Subdesarrollo e innovación, Navegando contra el viento*, Madrid, España: Cambridge University Press, OEI.

Gil-Lafuente, A., y Luis-Bassa, C. (2011). La innovación centrada en el cliente utilizando el modelo de inferencias en una estrategia CRM. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Mayo-Agosto, 15-32.

Calvente, A. (2007). El concepto moderno de sustentabilidad. *Revista Sociología y Desarrollo Sustentable*, UAIS – SDS -100-002, Junio, Universidad Abierta Interamericana Centro de Altos Estudios Globales, Argentina. Recuperado de <http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar/pdf/sde/uais-sds-100-002%20-%20sustentabilidad.pdf>.

European Commission. (2014). *State of Innovation Union Taking Stock 2010 – 2014*. Recuperado de http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2013/state_of_the_innovation_union_report_2013.pdf.

Formichella, M. (2005). La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo. Estación Experimental Agropecuaria Integrada Barrow (Convenio MAAyP-INTA), Tres Arroyos, Argentina. Recuperado de https://www.google.com.mx/search?q=Formichella%2C+M.%2C+%282005%29%2C+La+evoluci%C3%B3n+del+concepto+de+innovaci%C3%B3n+y+su+relaci%C3%B3n+con+el+desarrollo%2C+Argentina%2C+pp.+2+%E2%80%93+8.&oq=Formichella%2C+M.%2C+%282005%29%2C+La+evoluci%C3%B3n+del+concepto+de+innovaci%C3%B3n+y+su+relaci%C3%B3n+con+el+desarrollo%2C+Argentina%2C+pp.+2+%E2%80%93+8.&gs_l=psy-ab.3...5842.19741.0.21761.147.58.0.0.0.277.6789.0j16j17.34.0.dummy_maps_web_fallback...0...1.1j2.64.psy-ab..145.1.1262.6..35i39k1.1262.r_7L1UBI3YY

Freeman, C., Clark, J. and Soete, L. (1982). *Unemployment and Technical Innovation: a Study of Long Waves in economic Development*. London: Frances Pinter.

OECD y Eurostat. (2007). Manual de Oslo, Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a la innovación, Tercera Edición, Madrid, España.

Pierri, N., Foladori, G. (Coords.). (2005). *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*, Cámara de Diputados, Universidad Autónoma de Zacatecas, México: Porrúa.

BIOGRAFIA

Gerardo Vera Muñoz. Doctor en Administración. Desde 1986 es Profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.

Rafaela Martínez Méndez. Dra. En Ciencias de la Administración. Desde 1992 es Profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.

María Antonieta Monserrat Vera Muñoz. Doctora en Dirección de Organizaciones. Desde 1986 es Profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.

DRONES PARA EL MONITOREO GEODEMOGRÁFICO EN EL SECTOR AGRÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE AYAPANGO ESTADO DE MÉXICO

Omar Ernesto Terán Varela, Centro Universitario UAEM Amecameca
Enrique Espinosa Ayala, Centro Universitario UAEM Amecameca
Pedro Abel Hernández García, Centro Universitario UAEM Amecameca
Alma Lucero Álvarez González, Centro Universitario UAEM Amecameca
Abraham Sánchez Gil, Centro Universitario UAEM Amecameca
Edgar Isaac Ruiz González, Centro Universitario UAEM Amecameca

RESUMEN

En la actualidad, donde los tiempos han cambiado exponencialmente debido a los procesos de globalización a nivel mundial, la agricultura es uno de los sectores que se han visto afectados de manera exponencial en sus procesos de producción. Es por ello, que han surgido avances tecnológicos para mejorar los cultivos basados en el empleo de Vehículos Aéreos No Tripulados (VANTs), o más comúnmente llamados DRONES, como herramienta para mejorar las técnicas de producción y de esta manera, apoyar en la gestión del cultivo abriendo nuevas extensiones en el marco de la agricultura de precisión. La utilidad en el uso de la tecnología, que tiene la capacidad de proporcionar al agricultor una visión global de su parcela, ayudándolo a identificar cuáles son los mecanismos agrícolas que se pueden mejorar para ampliar la densidad de la siembra, que tipo de fertilizantes utilizar y con qué frecuencia de riego es necesaria para mejorar las cosechas, entre otras posibilidades. Por lo tanto, al optimizar los mecanismos de producción, de manera simultánea se minimiza el impacto al medio ambiente. Drones monitorean rápidamente y capturan información esencial para incrementar la productividad incluyendo localización prematura de enfermedades. De esta forma se pueden evitar plagas que arruinen parte de la cosecha. Toda esta información proporciona un ahorro de costos significativo para los agricultores, evitar plagas y contribuye a reducir la cantidad de productos químicos que se emplean en los cultivos. Por lo que el objetivo de la investigación es generar estrategias para determinar el uso de los DRONES para el monitoreo Geodemográfico en el sector agrícola en el Municipio de Ayapango, Estado de México.

PALABRAS CLAVE: Drones, Geodemográfico, Sector Agrícola

DRONES FOR MONITORING GEODEMOGRAPHICS IN THE AGRICULTURAL SECTOR

ABSTRACT

Agriculture has been affected exponentially by globalization in their production processes. Technological advances have emerged to improve crops based on the use of Unmanned Aerial Vehicles (UAVs), more commonly called DRONES. DRONES provide a tool to improve production techniques. They support the management of cultivation, opening new opportunities in the framework of precision agriculture. The technology provides the farmer with a global view of his plot, helping him to identify which agricultural practices can expand planting density, what type of fertilizer to use and how often irrigation is necessary to improve crops, among other possibilities. By optimizing production mechanisms, the impact on the

environment is minimized simultaneously. DRONES fly over fields quickly and capture diverse information thanks to their sensors. This information this allows managers to have at their disposal a tool that helps them control and increase productivity. A single DRONE can monitor hundreds of hectares accurately, evaluating the conditions of the land. DRONES collect information on hydration, temperature or rate of crop growth and premature identification of diseases. This information provides significant cost savings for farmers, prevents pests and helps reduce the amount of chemicals used on crops. The objective of this research is to generate strategies to determine the use of DRONES for Geodemographic monitoring in the agricultural sector in the Municipality of Ayapango, State of Mexico.

JEL: D29, J19, O13, O14, Q16, Q19, Q24, Q55, R11

KEYWORDS: Drones, Geodemographic, Agricultural Sector

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los países desarrollados han implementado recursos tecnológicos satelitales buscando mejorar la producción del sector primario, que han permitido lograr la optimización de los procesos de cultivos agrícolas. Cuando se utilizan herramientas de Sistemas de Información Geográfica vía satelitales, que sirven para conocer las condiciones climáticas y de suelo, también se pueden utilizar los DRONES para que realicen la misma función. Ballesteros (2016), menciona que, “al examinar la utilización de DRONES, estos logran avances sustanciales que permiten mejorar y lograr la eficiencia del campo o del sector agrícola, que se pueden instaurar mediante la detección previa de aquellos componentes que disminuyen la productividad de un cultivo”. Por lo anterior, es fundamental la integración y la posibilidad de que los productores participen en todos los procesos tanto tecnológicos como agrícolas, que le permitan tener la capacidad de tomar decisiones importantes y oportunas para apoyar a las herramientas que le proporcione datos de cómo reparar los daños antes que el cultivo sea afectado. Por lo tanto, los avances tecnológicos que facilitan el desarrollo agronómico utilizan instrumentos cada vez más precisos y con respuestas aún más detalladas. Dichos avances se han logrado mediante el uso de los DRONES, que ofrecen numerosas ventajas frente a otros recursos convencionales para la toma de imágenes, por su pequeño tamaño, bajo peso y velocidad de vuelo, amplio rango y altura de este, bajo costo y facilidad de disponibilidad de realización de vuelos frente a vuelos convencionales.

Ballesteros (2016), comenta que hay otros estudios que determinan que el uso de los DRONES ofrece nuevas alternativas para la agricultura en el marco de las aplicaciones de las imágenes de alta resolución en tiempo real, que brindan ventajas e inconvenientes derivados de la utilización de otros tipos de aeronave, y que éstos, dependerán principalmente del objetivo de su aplicación, debiendo existir un equilibrio entre facilidad de vuelo, su estabilidad frente al viento, distancias cubiertas y requerimientos de aterrizaje y despegue, logrando alcanzar la solución más económica posible que permita determinar las exigencias del trabajo en cuestión. Se menciona que la tecnología se ha exportado a Corea del Sur y recientemente a Australia, donde en sus dimensiones de tierra, abundan las grandes plantaciones. Existen compañías que buscaron entrar a los Estados Unidos en 2015, para posicionar su producto en cultivos como uvas, pistachos o almendras, aparte del arroz. También, menciona que los estudios concluyen en la mejora de la obtención de datos que permiten la elaboración de imágenes georreferenciadas en la agricultura, donde se muestra la forma de cómo se puede ubicar la localización de malas hierbas en cultivos, de acuerdo al sobre vuelo en parcelas infectadas. Para determinar con gran precisión la localización de malas hierbas en la parcela, se ejecuta la aplicación del producto fitosanitario que se realizará únicamente en aquellas zonas en las que sea necesario, permitiendo el ahorro de productos herbicidas y de combustible en el uso del tractor, al reducir el número de pasadas, y en forma paralela llevar a cabo prácticas agrícolas sostenibles, para proteger el medio ambiente.

Ballesteros (2016), retoma del artículo de Brox (2014), que los estudios que confirman la viabilidad económica en el uso de los DRONES en las prácticas agrícolas quedan fundamentados por los bajos costos de 10€ por hectárea volada. También establece que el empleo de cámaras térmicas operadas por DRONES tiene mayor certeza y logra mejorar la localización de estados de déficit hídrico respecto al empleo de otros aparatos más convencionales que cumplen con la misma función. Las imágenes que son tomadas con equipos fotográficos convencionales observan superficialmente imágenes que sólo permite observar el estrés hídrico ante la senescencia o caída de las hojas, mientras que las imágenes térmicas permiten la localización de forma temprana en las alteraciones de los fenómenos de transpiración y captan el incremento de la temperatura debido a una reducción de la transpiración de las hojas, lo que provoca un aumento de temperatura en las mismas, y busca ubicar el estado del estrés como la falta de agua o de nutrientes se puede determinar de forma temprana evitando así daños más graves.

La presente investigación tiene como propósito presentar cual es la problemática que existe con el uso de los DRONES para el monitoreo Geodemográfico en el sector agrícola en el Municipio de Ayapango, Estado de México; en la actualidad es deficiente y se podría afirmar que es nulo el uso de estos, debido a la carencia de monitoreo, se desconocen las características geográficas y demográficas que apoyen a determinar qué tipo de cultivos se pueden sembrar y cosechar en la zona. La estructura del artículo está organizado por una introducción donde se hace mención del rol que juega la investigación en el contexto de la Zona, así mismo, se plantea el papel que juegan los DRONES, en los procesos de cultivos agrícolas del lugar de estudio, así mismo se plantea como interrogante, el objetivo que se persigue en la investigación. Se plantea otra sección donde se realiza una revisión literaria de fuentes bibliográficas, estadísticas, entre otras. En el apartado de la metodología se menciona la población objeto de estudio, el tipo de metodología utilizada. Se mencionan algunas conclusiones a las que se llegaron en la investigación y por último las referencias bibliográficas que se emplearon para el desarrollo de la investigación.

REVISIÓN LITERARIA

Cortés (s/f), menciona en su artículo que desde la mitad del siglo XIX se han hecho intentos para desarrollar aeronaves tripuladas por algunos pioneros de la aviación, que han servido de modelos para pruebas tecnológicas y generar aeronaves no tripuladas llamadas DRONES. Antes de este tipo de naves se utilizaban los torpedos aéreos, los misiles creceros, bombas guiadas, entre otros. Hay ejemplos que mencionan que después de la primera guerra mundial se diseñaron prototipos de DRONES que fueron usados durante la segunda guerra mundial para el entrenamiento de operarios de cañones antiaéreos. Pero hasta finales del siglo XX que se empiezan a operar mediante equipos de radio control, que han sido utilizados en la *“Guerra del Golfo y en la de Bosnia con el gran potencial que tienen en cuanto a la obtención, manejo y transmisión de la información; gracias a la aplicación de nuevas técnicas de protección de esta (Guerra electrónica, criptografía) resulta posible conseguir comunicaciones más seguras, más difíciles de detectar e interferir”* (Wikipedia, s.f.)

Los DRONES tienen sus raíces en el desarrollo de los llamados «torpedos aéreos», *“antecesores de los actuales misiles crucero, que posteriormente se desarrollaron a través de las ramas de las bombas guiadas (no propulsadas), los blancos aéreos (llamados «drones» en la terminología anglosajona), los señuelos, los modelos recreacionales y/o deportivos de radio-control, las aeronaves de investigación, de reconocimiento, las de combate, e incluso algunos modelos más extraños de vuelo extra-atmosférico* (Hemav, s.f) Cortés (s/f), también menciona que el término de DRONES se hizo común en los años 90 para describir a las aeronaves robóticas y reemplazó el concepto vehículo aéreo pilotado remotamente (Remotely Piloted Vehicle, RPV), el cual fue utilizado durante la guerra de Vietnam y con posterioridad. El Department of Defense (2010) define a los DRONES como: «Un vehículo aéreo motorizado que no lleva a bordo a un operador humano, utiliza las fuerzas aerodinámicas para generar la sustentación, puede volar autónomamente o ser tripulado de forma remota, que puede ser fungible o recuperable, y que puede transportar una carga de pago letal o no.

Bonelli en el blogspot Mundo Drone del 26 de junio de 2014, hace referencia a la antigüedad que tienen los DRONES, y el uso que se les ha dado desde el año de 1849 por el ejército austriaco, usándolos como globos cargados de explosivos, y los problemas que tuvieron por no contemplar las ráfagas de vientos que hacían que se desviarán de los puntos de referencias de ataque, y en caso se regresaban y caían en sus propias flotas de ataque. También menciona, que los primeros DRONES fueron construidos por el Instituto Geográfico Militar de Argentina (IGM), en la primera guerra mundial. Existen indicios que, desde el año de 1916, se construyó el primer DRON llamado "AERIAL TARGET", controlado mediante radiofrecuencia AM baja para afinar la puntería de la artillería anti aérea. Y a partir de ahí, han surgido una variedad de DRONES y casi todos manipulados por radio control, donde la mayoría han tenido como propósito de uso bélico.

En la página web (Definición de Dron, 2017), menciona que un dron es un vehículo capaz de volar y de ser comandado a distancia, sin que se requiera de la participación de un piloto. Existen DRONES de todos los tamaños y orientados a finalidades distintas, sobre todo en los últimos años. No obstante, es importante señalar que artefactos de este tipo existen desde hace bastante tiempo, aunque por supuesto nunca fue tan barato fabricarlos, ni tampoco poseían la gran cantidad de características que poseen en la actualidad. Hoy en día es posible tener DRONES que filman el territorio desde la altura y que son guiados mediante un programa instalado sobre una tableta o un teléfono inteligente.

Martínez de Carbajal (2015), menciona que el Dron es un vehículo aéreo no tripulado (VANT), UAV o dron es una aeronave que vuela sin tripulación. Coincide con otros autores en la definición y variedad en el uso, que está orientado a lo civil y lo bélico, pero no mencionan el uso agrícola. También menciona, a partir de cuando el término dron, es acuñado por el Diccionario de la Lengua Española con el significado 'vehículo aéreo no tripulado', descripción poco afortunada, ya que en realidad no es una definición sino corresponde simplemente a uno de los muchos sinónimos que denominan a estos objetos y cuyas siglas VANT, se usan con frecuencia.

Navarro (2015), define que un Dron es un vehículo aéreo no tripulado, que es una categoría amplia que podría incluir cualquier cosa, desde un avión a control remoto de juguete hasta un avión comercial o de carga sin piloto como también un avión militar de ataque o de vigilancia en cualquier lugar del planeta, que se le llama Vehículo Aéreo No Tripulado (VANT), igual como hacen referencia otros autores. El autor hace una clasificación de los DRONES de acuerdo a su estructura y posición estática en el aire, por su origen civil, bélico, recreativos, de apoyo a siniestros, de vigilancia, de rescate, de carga, y para esta investigación es más importante el uso agrícola y ganadero, que facilitan las tareas de supervisión y permiten disponer de información muy útil (por ejemplo, la posición exacta del ganado en una gran extensión de terreno). Por otro lado, hace énfasis en la función que cumplen de acuerdo a su diseño, método de control, y función que cumple.

En la página de internet Dron, mostrada por la Definición ABC (2015), hace referencia sobre el trabajo de Navarro (2015), donde se resaltan las características principales de los DRONES y de la forma como es manipulado en su manejo, mediante la intervención de un software y no directamente por un piloto desde tierra. Por otro lado, el tener que liberarse de las limitaciones restringidas para realizar determinadas maniobras por parte del ser humano, le permite la autonomía en su funcionamiento y lo deja bajo el control del software especializado. Hoy en día ciertamente puede evidenciarse un uso cada vez mayor de estos elementos en lo que respecta a distintas acciones bélicas. Finalmente, existen algunas funciones específicas relacionadas con la observación de lugares inaccesibles para el ojo humano, que son captadas por los DRONES, proporcionando información clara, precisa y confiable del objeto observado. No obstante, se sabe que no son tan seguros, porque tienen vinculación con otros equipos tecnológicos que puede ser intervenida por terceros. Así que un dron también puede ser hackeado por un tercero que puede tomar control de este; ciertamente, se toman medidas de seguridad para evitar una situación como esta, pero siempre vienen seguidas por tecnologías que pueden sobrepasarlas.

Yúnez & Barceinas & Soto (2004), hacen mención en su artículo que una vez, que se ha descrito el papel que tienen los DRONES en los diferentes sectores, la importancia en el uso de estos a nivel del sector primario que ha sido muy poco explorado. Los autores apuntan de cómo se encuentra dicho sector, que se debe hacer un verdadero diagnóstico de las condiciones de atraso en que se encuentra el campo agrícola en México, otro problema que se manifiesta es que se cuenta con poca información sobre el sector agrícola. Retomando dichas aseveraciones y llevándolas a la zona de estudio, se encontró que existen estadísticas gubernamentales que no reflejan la situación real del sector agrícola, y que los estudios realizados en la zona referidos al uso de DRONES, son casi nulos o nulos en el apoyo al sector agrícola en el Municipio de Ayapango, Estado de México, y lo que se puede observar es la situación precaria en la que se dan las condiciones de producción, y que hay muchos sectores que se ven afectados por medio de los convenios y tratados internacionales que se han realizado que sólo han generado en la región una cultura de agricultura traspatio. Dadas las condiciones de la agricultura mexicana, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), ha generado muy probablemente incrementos en las desigualdades sociales y económicas en México. No obstante, es importante precisar que la actual situación del campo no es posible entenderla única y exclusivamente por los efectos del TLCAN, sino que los problemas se han venido gestando desde décadas pasadas, debido al tipo de apoyo que han generado los diferentes tipos de programas gubernamentales que no están enfocados para apoyar al campo y su desarrollo, sino para determinar clientelismo político electorero. Es por ello que, si se plantearan modelos de desarrollo que consideraran al sector rural como generador de empleos y de desarrollo, y no como un sector residual en muchos aspectos, al que sólo se le podían extraer excedentes para financiar el avance del sector urbano-industrial, este sector alcanzaría pleno desarrollo y se lograría una mejor calidad de vida. En todo caso el TLCAN exacerbó proceso que se venía experimentando en el sector rural desde hace varias décadas.

En el artículo de Torres & Morales (2011), consideran que el cambio institucional ha propiciado desde el Estado el haber agudizado el cambio en el uso de suelo rural a urbano y el arrendamiento de la tierra, fenómenos que ya existían desde la década de los setenta. Lo anterior encuentra explicación en la revolución que se ha experimentado a lo largo del pasado, en sus revoluciones que han generado que las poblaciones rurales hayan emigrado o convertido en poblaciones urbanas, debido a las circunstancias globalizadoras actuales. Si se toman en consideración los efectos poblacionales basados en los procesos demográficos se encuentra que los campos ocupados por el sector agrícola y pecuario se han transformado en conjuntos residenciales que pasan a ser zonas habitables urbanas. Es por ello, que a principios del siglo XX la población rural era más de 70% y la urbana menos de 30%. Con base en los resultados del Censo General de Población y Vivienda 2010, actualmente es exactamente al revés. Desde otra perspectiva que se puede señalar que los modelos y parámetros de planeación privilegiaron un desarrollo sustentado en la primacía de unos pocos núcleos urbanos y con un centralismo exacerbado en la Ciudad de México que contribuyó al sostenimiento de las desigualdades y desequilibrios regionales.

METODOLOGÍA

La zona de estudio para esta investigación es el Municipio de Ayapango de Gabriel Ramos Millán, Estado de México, es una región semi-rural donde el 60% de la población se dedica al sector agrícola pecuario, el resto al comercio. De ese 60%, el 35% de la población se dedica exclusivamente a la actividad agrícola, y el resto a la combinación de dichas actividades. El trabajo de campo realizado tuvo una duración de ocho meses entre el año 2016 y 2017, debido a la poca colaboración de los actores. La muestra que se tomó en consideración es representativa de manera intencional, se entrevistaron a 50 personas entre comerciantes y consumidores y a 50 productores agrícolas, se logró aplicar el instrumento y la entrevista de 10 reactivos, los cuales fueron contestadas de manera inmediata por dichas poblaciones objeto, de manera aleatoria y voluntaria en el 100%. Las entrevistas y la aplicación del instrumento fueron realizadas por un grupo de investigadores y estudiantes que participaron en el desarrollo del proyecto, buscando como finalidad apoyar en la explotación de los espacios de cultivos en las dos temporadas del año con el apoyo del diagnóstico de los DRONES, debido a que en la actualidad sólo se explota en la temporada de invierno. Se les aplicó una

encuesta abierta a los comerciantes y consumidores, con el propósito de determinar cuáles eran sus puntos de vista sobre los DRONES y de cómo apoyaría al desarrollo del municipio. El instrumento está diseñado con una escala de Likert de tres opciones basado en el uso de los DRONES, para conocer las diferentes opciones que tendrían los productores agrícolas para la realización de sus cultivos y como se vincularían entre los diversos actores que participarían en el uso de estos, (ver Tabla 1).

Tabla 1: Operacionalización de la Investigación de la Población Objeto

Preguntas de la Entrevista a Comerciantes
Ítem
Pregunta 1.- ¿Sabe usted qué actividades agrícolas se desarrollan en el municipio?
Pregunta 2.- ¿Cree usted, qué existe mercado para los productos que se producen en el municipio?
Pregunta 3.- ¿Existe relación comercial entre ustedes y los productores?
Pregunta 4.- ¿Los productores les ofrecen a ustedes los bienes que cultivan?
Pregunta 5.- ¿Cree usted, que los productos que le ofrecen los productores son de calidad?
Pregunta 6.- ¿En caso de comprar la producción, los consumidores que los adquieren hacen preguntas de dónde vienen?
Pregunta 7.- ¿Sabe usted lo que son los drones?
Pregunta 8.- ¿Sabe usted la utilidad que le puede dar un dron para mejorar los procesos agrícolas de los productores?
Pregunta 9.- ¿Sabe usted que los drones le pueden dar información sobre la parte climática y tipo de tierra, para saber qué tipo de productos se puedan sembrar?
Pregunta 10.- ¿Sabe usted que el dron le puede dar información para el cultivo del producto en temporada de secas, a los productores, y generar variedad para su comercialización?
Preguntas de la entrevista a Consumidores
Ítem
Pregunta 1.- ¿Sabe usted lo que son los drones?
Pregunta 2.- ¿Sabe usted la utilidad que le puede dar un dron para mejorar los procesos agrícolas de los productores?
Pregunta 3.- ¿Sabe usted que los drones le pueden dar información sobre la parte climática y tipo de tierra, para saber qué tipo de productos se puedan sembrar?
Pregunta 4.- ¿Sabe usted que el dron le puede dar información para el cultivo del producto en temporada de secas, a los productores, y generar variedad para su consumo?
Pregunta 5.- ¿Sabe usted que actividades agrícolas se desarrollan en el municipio?
Pregunta 6.- ¿Usted, consumiría los productos que se producen en el municipio?
Pregunta 7.- ¿Se siente usted identificad@ con los comerciantes y los productores del municipio?
Pregunta 8.- ¿Usted consumiría los productos que cultivan en el municipio?
Pregunta 9.- ¿Cree usted, que los productos que le ofrecen los productores son de calidad?
Pregunta 10.- ¿Cree usted, que si consume los productos que se producen, ayudara al desarrollo del municipio?
Reactivos que se aplicaron a los productores
Ítem
Pregunta 1.- ¿Realiza usted actividades agrícolas en el municipio?
Pregunta 2.- En caso de que su respuesta sea si y/o parcialmente, mencione cuáles.
Ítems
Pregunta 3.- ¿Conoce usted la parte geográfica del municipio?
Pregunta 4.- ¿Conoce usted la parte demográfica del municipio?
Pregunta 5.- ¿Sabe usted lo que significa geodemografía?
Pregunta 6.- ¿Sabe usted lo que son los drones?
Pregunta 7.- ¿Sabe usted que los drones sirven de apoyo al sector agrícola?
Pregunta 8.- ¿Sabe usted la utilidad que le puede dar un dron para mejorar sus procesos agrícolas?
Pregunta 9.- ¿Sabe usted que los drones le pueden dar información sobre la parte climática y tipo de tierra, para saber qué tipo de productos puede sembrar?
Pregunta 10.- ¿Sabe usted que el dron le puede dar información para el cultivo del producto en temporada de secas?

Las tablas muestran la estructura de la entrevista aplicada a los comerciantes y a los consumidores, así mismo, los reactivos que evaluaron a los productores. Fuente: Elaboración propia (2017).

La metodología que se aplicó es de tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal y de investigación acción. De acuerdo a la metodología de investigación la acción participativa exhibe un enfoque analítico de la problemática que se presenta en el municipio de Ayapango Estado de México, al no utilizar los DRONES para el monitoreo Geodemográfico. La descripción del tipo investigación, es de tipo cualitativa, debido a que se tomaron como referencia artículos científicos, páginas de internet y se llevó a cabo un proceso de observación mediante una encuesta estructurada para conocer el punto de vista de los comerciantes y consumidores de la zona, ayudaron al levantamiento y a la recolección de los datos. Así mismo, es de nivel descriptivo ya que se describen una serie de estrategias, basadas en los resultados del instrumento. Por último, es de diseño no experimental transversal mediante la recolección de datos en un solo momento en la región, debido a que los datos y la información recolectada para la generación de estrategias permitan determinar el uso de los DRONES para el monitoreo Geodemográfico en el sector agrícola en el Municipio de Ayapango, Estado de México.

RESULTADOS

Los resultados de la investigación están plasmados en dos partes, la primera está en función de una serie de entrevistas estructuradas dirigida a los comerciantes y consumidores del municipio, se les pregunta su opinión sobre como ellos perciben los resultados de las cosechas y consumo de los productos de la Zona, así como, identificar cuáles serían las causas de tener una baja producción que cubre de manera deficiente el mercado, y la segunda basada en un instrumento dirigido a los productores con el propósito de poder determinar las causas de sus bajos resultados y la poca creencia en el uso de la tecnología para conocer las características de los suelos.

Con base a los resultados que arrojaron las entrevistas estructuradas realizadas, se concluye que los productores del Municipio llevan un proceso de producción de temporada y que sus cosechas no satisfacen en su totalidad las necesidades del mercado, ya que existen muchas pérdidas por el desconocimiento del tipo de semilla a sembrar así como por el poco conocimiento de las características de los suelos, o porque se basan en procesos de producción ancestral de acuerdo al temporal, y sus cultivos solo son de temporada. En la temporada de secas no se cultiva ningún tipo de producto. Un factor importante es que desconocen el uso de la tecnología para mejorar los procesos de producción. A continuación, se mostrarán los resultados de las entrevistas aplicadas a un grupo de 25 comerciantes (ver Tabla 2).

De la entrevista realizada a los comerciantes, se puede interpretar que, aunque el 80% de los comerciantes que conocen las actividades agrícolas del municipio, sólo el 40% cree que sí hay mercado de consumo, pero no hay relación comercial con los productores, por lo que no reciben ofertas de los productos y que son de baja calidad, a su vez, no utilizan la tecnología como apoyo para mejorar los procesos productivos.

En las entrevistas aplicadas al grupo de 25 consumidores del municipio, se encontró que la mayoría de los entrevistados desconocen a los DRONES y cómo pueden ayudar a los productores en sus cultivos. El 80% de los entrevistados conocen las actividades agrícolas que se desarrollan, el 96% no pregunta por la procedencia de los productos que consume, el 40%, se siente identificado con los comerciantes y los productores, el 60% está dispuesto a consumir los productos que se cultivan, pero solo el 40% cree que los productos son de calidad, y que ayudarán al desarrollo del municipio (ver Tabla 3).

Tabla 2: Resultados de la Entrevista Aplicada a los Comerciantes

Entrevista Aplicada a los Comerciantes			
Ítem	Si	Parcialmente	No
Pregunta 1.- ¿Sabe usted qué actividades agrícolas se desarrollan en el municipio?	80%	20%	0%
Pregunta 2.- ¿Cree usted, que existe mercado para los productos que se producen en el municipio?	40%	40%	20%
Pregunta 3.- ¿Existe relación comercial entre ustedes y los productores?	32%	28%	40%
Pregunta 4.- ¿Los productores les ofrecen a ustedes los bienes que cultivan?	20%	20%	60%
Pregunta 5.- ¿Cree usted, que los productos que le ofrecen los productores son de calidad?	32%	12%	56%
Pregunta 6.- ¿En caso de comprar la producción, los consumidores que los adquieren hacen preguntas de dónde vienen?	60%	20%	20%
Pregunta 7.- ¿Sabe usted lo que son los drones?	4%	0%	96%
Pregunta 8.- ¿Sabe usted la utilidad que le puede dar un dron para mejorar los procesos agrícolas de los productores?	0%	0%	100%
Pregunta 9.- ¿Sabe usted que los drones le pueden dar información sobre la parte climática y tipo de tierra, para saber qué tipo de productos se puedan sembrar?	0%	0%	100%
Pregunta 10.- ¿Sabe usted que el dron le puede dar información para el cultivo del producto en temporada de secas, a los productores, y generar variedad para su comercialización?	0%	0%	100%

La tabla muestra los resultados de la entrevista que aplicada a los comerciantes y cómo ellos perciben las ventas de las cosechas que le ofrecen los productores agrícolas Municipio de Ayapango de Gabriel Ramos Millán del estado de México, y qué opinan del uso de los Drones. Fuente: Elaboración propia con datos del trabajo de campo (2017).

Tabla 3: Resultados de la Entrevista aplicada a los Consumidores

Entrevista Aplicada a los Consumidores			
Ítem	Si	Parcialmente	No
Pregunta 1.- ¿Sabe usted lo que son los drones?	4%	0%	96%
Pregunta 2.- ¿Sabe usted la utilidad que le puede dar un dron para mejorar los procesos agrícolas de los productores?	0%	0%	100%
Pregunta 3.- ¿Sabe usted que los drones le pueden dar información sobre la parte climática y tipo de tierra, para saber qué tipo de productos se puedan sembrar?	0%	0%	100%
Pregunta 4.- ¿Sabe usted que el dron le puede dar información para el cultivo del producto en temporada de secas, a los productores, y generar variedad para su consumo?	0%	0%	100%
Pregunta 5.- ¿Sabe usted qué actividades agrícolas se desarrollan en el municipio?	80%	20%	0%
Pregunta 6.- ¿Pregunta usted, la procedencia de los productos agrícolas que consume?	4%	0%	96%
Pregunta 7.- ¿Se siente usted identificad@ con los comerciantes y los productores del municipio?	40%	40%	20%
Pregunta 8.- ¿Usted consumiría los productos que cultivan en el municipio?	60%	20%	20%
Pregunta 9.- ¿Cree usted, que los productos que le ofrecen los productores son de calidad?	40%	40%	20%
Pregunta 10.- ¿Cree usted, que si consume los productos que se producen, ayudara al desarrollo del municipio?	40%	40%	20%

La tabla muestra los resultados de la entrevista que se aplicó a los consumidores y si ellos estarían dispuestos a absorber los productos que le ofrecen los productores agrícolas Municipio de Ayapango de Gabriel Ramos Millán del estado de México, y qué opinan del uso de los Drones. Fuente: Elaboración propia con datos del trabajo de campo (2017).

Por otro lado, los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento a cincuenta (50) productores agrícolas del Municipio de Ayapango de Gabriel Ramos Millán, Estado de México, utilizando un tipo aleatorio de manera intencional, considerando las características de los productores del lugar. La investigación arrojó que el 80% de los encuestados realizan actividades agrícolas, el resto la ejecutan parcialmente y en su totalidad se enfocan a la práctica agrícola. Respecto al conocimiento de la geográfica y demográfica del suelo el 46% y el 66%, no lo conocen y el 90% desconoce la parte geodemográfica. El 70% conocen y han escuchado hablar de los Drones, pero el 96% no saben que puede tener un apoyo agrícola; el 100% de los encuestados desconocen el tipo de apoyo que los Drones les pueden proporcionar a sus cultivos.

Tabla 4: Resultados de la Encuesta sobre Drones para el monitoreo Geodemográfico en el sector agrícola en el Municipio de Ayapango Estado de México

Instrumento Que Se Aplicó a los Productores			
Ítem	Si	Parcialmente	No
Pregunta 1.- ¿Realiza usted actividades agrícolas en el municipio?	80%	20%	0%
Pregunta 2.- En caso de que su respuesta sea si y/o parcialmente, mencione cuáles.	Agricultura 100%		
Ítems	Si	Parcialmente	No
Pregunta 3.- ¿Conoce usted la parte geográfica del municipio?	28%	26%	46%
Pregunta 4.- ¿Conoce usted la parte demográfica del municipio?	14%	20%	66%
Pregunta 5.- ¿Sabe usted lo que significa geodemografía?	0%	10%	90%
Pregunta 6.- ¿Sabe usted lo que son los drones?	44%	26%	30%
Pregunta 7.- ¿Sabe usted que los drones sirven de apoyo al sector agrícola?	4%	0%	96%
Pregunta 8.- ¿Sabe usted la utilidad que le puede dar un dron para mejorar sus procesos agrícolas?	0%	0%	100%
Pregunta 9.- ¿Sabe usted que los drones le pueden dar información sobre la parte climática y tipo de tierra, para saber qué tipo de productos puede sembrar?	0%	0%	100%
Pregunta 10.- ¿Sabe usted que el dron le puede dar información para el cultivo del producto en temporada de secas?	0%	0%	100%

La tabla muestra los resultados del instrumento que se le aplicó a los productores agrícolas Municipio de Ayapango de Gabriel Ramos Millán del estado de México, que son los más representativos que indican el uso de los Drones para el monitoreo Geodemográfico. Fuente: Elaboración propia con datos del trabajo de campo (2017).

CONCLUSIONES

Se puede llegar a conclusiones muy específicas que permitan apoyar a los productores agrícolas del Municipio de Ayapango de Gabriel Ramos Millán, Estado de México, son los más representativos que indican el uso de los Drones para el monitoreo Geodemográfico, así mismo, se pueden formular algunas reflexiones, sobre los resultados de la investigación. Se empezará por establecer algunas conclusiones: la primera está enfocada a determinar que, aunque los productores conocen en su mayoría lo que son los Drones, en realidad no saben cuál es su uso, y menos qué utilidad y apoyo les puede proporcionar para mejorar sus procesos de producción. Así mismo, tiene un desconocimiento de las características que presentan los suelos de la Zona y que el tipo de producción se lleva a cabo de manera ancestral y de temporada, en muchos de los casos no saben qué tipo de producto se puede cultivar y qué condiciones climatológicas se requieren. La segunda en importancia es que, aunque no se están negando al uso de la tecnología se ven limitados por la poca información que llega al Municipio sobre la misma. De acuerdo a los resultados de la investigación se considera más importante, que no cuenten con el apoyo de los organismos responsables para mejorar sus procesos de producción, tales organismos gubernamentales son a nivel Federal SAGARPA, a nivel estatal SEDAGRO y a nivel municipal la Regiduría de Desarrollo Agrario y los responsables de la Ley de Desarrollo Sustentable, porque deben ser los que le den seguimiento a los programas de apoyo para el desarrollo del campo, con el propósito de mejorar las condiciones del campo, optimizando los procesos productivos y la variedad de los cultivos de acuerdo a las condiciones del suelo.

La reflexión más importante sería que las autoridades gubernamentales responsables de generar proyectos de apoyo a los productores consideraran como alternativa el uso de los Drones una herramienta tecnológica para el apoyo a fin de mejorar los procesos productivos y generar nuevos tipos de cultivos con el fin de aprovechar el uso del suelo todo el año, porque como resultado se busca que la comunidad de la Zona tenga un trabajo formal, permanente y bien remunerado. Otra sería que se les proporcionen asesorías con empresas del ramo tecnológico que manejan los diferentes tipos de Drones orientados a la agricultura,

permitiéndoles a los productores mejorar sus conocimientos y usos determinando a su vez el interés en el uso de la tecnología para mejorar las condiciones productivas del campo.

Por último, la mayoría de los productores deben enfrentar los diversos problemas de procesos de producción, si pueden mejorar sus condiciones y se les apoya con el financiamiento, el propósito de que no abandonen el campo será visto como fuente de ingreso primario. El estudio presenta una serie de limitaciones tales como: la deficiente información que existe en la vinculación de los responsables de generar proyectos dirigidos a mejorar las condiciones del campo tales como las entidades gubernamentales federales, estatales y municipales, dándoles capacitación para el uso de la tecnología mediante los programas federales para los apoyos tecnológicos. Lograr la vinculación entre los productores y los expertos en la tecnología, con el fin de optimizar los procesos productivos. Lo anterior ayudaría a generar una serie de estrategias que permitan darle solución a la problemática formulada, la cual se verá reflejada en ventajas competitivas y de beneficio para los agricultores.

Esta investigación es un punto de partida para otras investigaciones que se enfoquen a la vinculación de las entidades gubernamentales, los expertos en tecnología y los productores, con el propósito de reactivar y mejorar las condiciones del campo y que se vuelva una fuente de ingreso primario de la población y que se vea reflejada en mejorar las condiciones de vida, así como para reducir los márgenes de pobreza de la zona, del estado y por lo tanto del país.

REFERENCIAS

- Ballesteros (2016), “El uso de drones llega a la agricultura”, Recuperado de: http://cadenaser.com/emisora/2016/05/05/radio_albacete/1462433404_238284.html
- Bonelli, Marco (2014) “Historia de los drones”. Recuperado de: <http://mundrone.blogspot.mx/p/historia-de-los-drones.html>
- Bonelli Marco, (2014) en el blogspot mundo drone (26 de junio de 2014) Mundo Drone Página Web sobre Drones, UAV, UAS, RPAS
- Cortés, Juan Pablo (s/f) “Definición de DRON”. Recuperado de: http://www.academia.edu/7946946/QU%C3%89_ES_UN_DRONE
- Department of Defense (2010), Joint Publication 1-02, Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, recuperado en https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf
- Definición de dron (2017), Recuperado de: <http://definicion.mx/dron/>
- Diccionario Definición ABC (s/f), Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/dron.php>
- Hemav (s.f.), El Origen y La Historia de los Drones, recuperado en <https://hemav.com/el-origen-y-la-historia-de-los-drones/>
- Martínez de Carvajal Hedrich, Ernesto, (2015) *Piloto de RPAS* Cuadricoptero - Guía de referencia.
- Navarro Javier (2015) “Dron. Sitio: Definición ABC”. Recuperado: 18/12/2015, del URL: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/dron.php>

Torres S. Gerardo & Morales I. Marcel (2011: p20), "Los grandes retos y perspectivas para el agro y el sector rural en México en el siglo XXI", Revista Estudios Agrarios, núm. 49. México: Procuraduría Agraria. Recuperado de: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2014/crisis-campo.html>

Yúnez, A. & Barceinas F. & Soto Ruiz G. (2004) "El campo mexicano en los albores del siglo XXI " en P García *et al.*, (coords.) *El nuevo milenio mexicano*. Tomo 4, Los Retos Sociales. México, UAM y Ediciones Eón, pp. 183–213.

Wikipedia (s.f.), Vehículo Aéreo no Tripulado, recuperado en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Veh%C3%ADculo_a%C3%A9reo_no_tripulado

BIOGRAFÍA DE LOS AUTORES

Dr. en Admón. Omar Ernesto Terán Varela, Profesor del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México, Km. 2.5 Carretera Amecameca Ayapango, Estado de México, Línea de investigación Desarrollo y Política Pública. Profesor de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Dr. en C.A.R.N. Enrique Espinosa Ayala, Profesor del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México.

Dr. Pedro Abel, Hernández García, Profesor del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México.
Correo electrónico: pedro_abel@yahoo.com

Lic. Alma Lucero Álvarez González, Egresada de la Licenciatura en Administración del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México.

Lic. Abraham Sánchez Gil, Egresado de la Licenciatura en Contaduría del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México.

Mtro. Edgar Isaac Ruíz González, Profesor del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México.

EL PROCESO DE INNOVACIÓN: DEL AULA AL MERCADO

Juan Carlos Mandujano Contreras, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Cecilia García Muñoz Aparicio, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Concepción Reyes De La Cruz, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Leticia Rodríguez Ocaña, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

RESUMEN

Easy-car es un producto innovador, patentado en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco consiste en un carrito portátil que ofrece múltiples beneficios: capacidad para armarse y desarmarse, lo que facilita su transportación, diseño en las llantas que facilita subir escaleras de manera fácil y segura. Es el resultado de la transferencia de conocimientos del aula al mercado. Este producto está elaborado a base de materiales ligeros pero muy seguros y se encuentra al alcance del usuario para uso doméstico. Para poder patentar este producto, se llevó a cabo una investigación de tipo exploratorio mixto: con un enfoque cualitativo y cuantitativo; en el enfoque cuantitativo, se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas en una muestra poblacional de 384 mujeres de entre 18 y 49 años, solo en el municipio del centro.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Desarrollo de Productos, Innovación y Patente

THE INNOVATION PROCESS FROM CLASSROOM TO MARKET

ABSTRACT

Easy-car is an innovative product, patented in Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. It is a portable cart that offers multiple benefits. It can be assembled and disassembled facilitating transportation. The wheels are designed to easily and safely climb stairs. The product occurred from the transfer of knowledge from the classroom to market. This product is made from lightweight but safe materials and is accessible for domestic use. This paper provides a joint exploratory research. We use a qualitative and quantitative approach. We implement a questionnaire with closed questions in a population sample of 384 women aged between 18 and 49 years.

JEL: A22, O31, O34

KEYWORDS: Entrepreneurship, Product's Development, Innovation, Patent

INTRODUCCIÓN

En este artículo se plasman los resultados de una educación efectiva brindada a estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Comerciales de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) ubicada en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA) en la ciudad de Villahermosa, Tabasco en México. En esta carrera se busca concientizar a los estudiantes sobre la importancia que tiene el desarrollo de sus habilidades creativas como parte del fomento a la innovación y desarrollo de nuevos productos en la asignatura que lleva el mismo nombre. Esta concientización busca formar jóvenes socialmente responsables que produzcan valor a futuras empresas, así como el

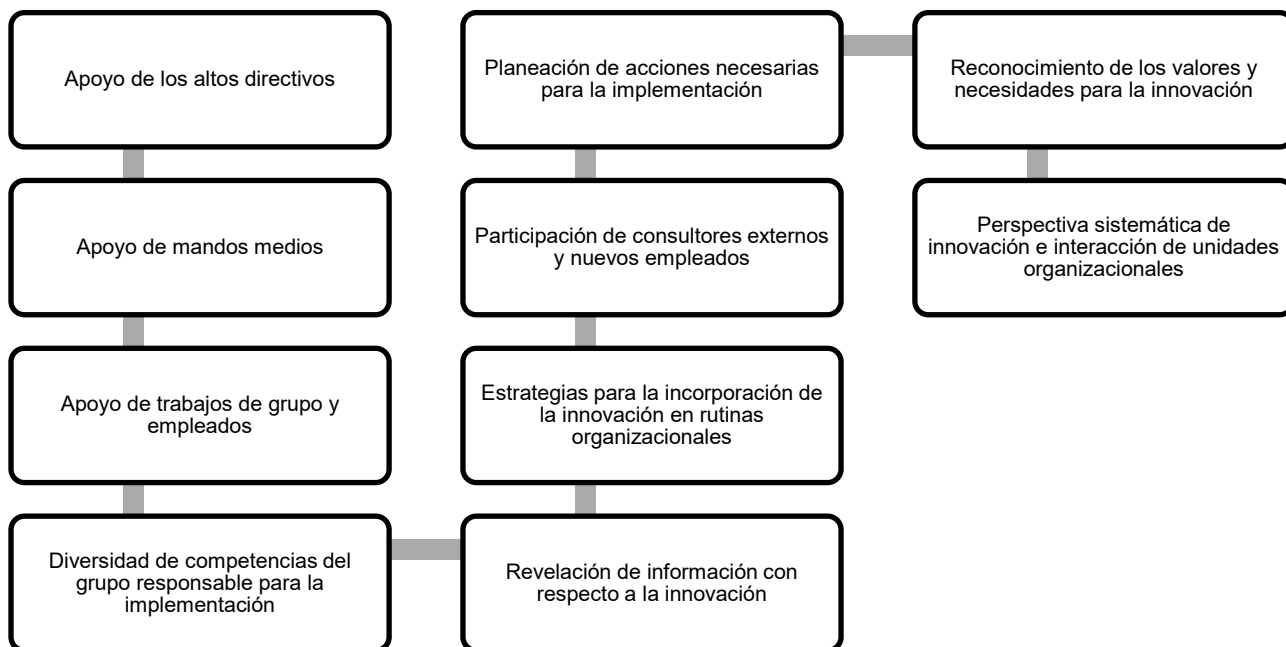
emprendimiento en ellos. A raíz de la asignatura anteriormente mencionada, surgió el proyecto titulado “EASY-CAR” como solución a la necesidad de transportar objetos de un lugar a otro, mismo que gracias a su diseño innovador fue presentada la solicitud de patente ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial bajo el expediente: MX/a/2013/004927 con fecha de 2/mayo/2013 y con folio MX/E/2013/031390. Del mismo modo se presenta una investigación de mercado realizada para conocer la factibilidad de este nuevo producto diseñado en las aulas de la UJAT, lo que dio como resultado la aceptación que este producto tendrá en la sociedad capitalina tabasqueña. Como resultado de esta investigación, además de haber sido demostrada la factibilidad del producto, se demuestra que es posible la generación de nuevas ideas a través de un acompañamiento por parte de profesionales de la educación, la mercadotecnia y áreas específicas para las habilidades de cada nuevo inventor.

REVISIÓN LITERARIA

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en su División Académica de Ciencias Económico Administrativas, se oferta la Licenciatura en Relaciones Comerciales, en la que se incluye la asignatura de “Innovación y Desarrollo de Nuevos Productos”, como parte del área sustantiva profesional (UJAT, 2003), para la cual se debe entregar un prototipo de producto innovador con su respectivo plan de comercialización. Para esta actividad cuentan con asesorías multidisciplinares, al contar con el apoyo de profesores de 40 disciplinas diferentes en las nueve divisiones académicas de la UJAT. De esta asignatura surge el proyecto EASY-CAR, un carro de carga plegable para uso doméstico que facilita el traslado de objetos ligeros de uso cotidiano, caracterizado por expandirse, contraerse y adaptarse según las necesidades del consumidor en cuanto a tamaño del objeto a transportar, además cuenta con llantas que facilitan su desplazamiento por escalones (Rodríguez y Miranda, 2013). Gracias a la impartición de esta asignatura, se concientiza a los estudiantes sobre la importancia del desarrollo tecnológico para las empresas en la actualidad, toda vez que desarrollar y administrar tecnología es lo que contribuye a crear riqueza para las naciones, compañías e individuos (Vega, 2009, citando a Khalil y Ezzat, 2005). En todos los países se desarrollan prototipos tecnológicos, en diferentes niveles tanto en organizaciones públicas como privadas, pero la incorporación de estos al sistema productivo, es un trabajo que le corresponde a las empresas (Vega, 2009).

Las actividades de las empresas relacionadas con la innovación tienen mayor impacto en la medida en que se gestionan de forma adecuada. Cuando dichas actividades se organizan y se realizan sistemáticamente conforman lo que se denomina procesos de gestión de tecnología, comprendida esta como la herramienta que se debe enmarcar en los procesos generales de innovación al que están sometidas todas las empresas (Universidad de Vigo, s.f.); además, con ellos, las organizaciones aprovechan mejor sus recursos, incrementan sus ventajas competitivas y maximizan sus resultados (Premio Nacional de Tecnología, 2006). La innovación de acuerdo con Pedroza y Ortiz (2008), es el motor más importante para el desarrollo de las empresas. Por su parte, Damanpour y Gopalakrishnan, 2001 (citados en Huang y Rice, 2012), proponen que la innovación consiste en los resultados dinámicos, cambios en productos específicos o servicios ofrecidos a los consumidores, y cambios al modo en el que estos son creados y entregados; estos corresponden a innovación del producto e innovación del proceso respectivamente. Souza y Bruno-Faria (2013), basados en la identificación de los aspectos organizacionales que pueden intervenir favorablemente o en contra del proceso de innovación, propusieron 10 factores que ayudan a la innovación en las empresas, en la Figura 1 se presentan dichos factores.

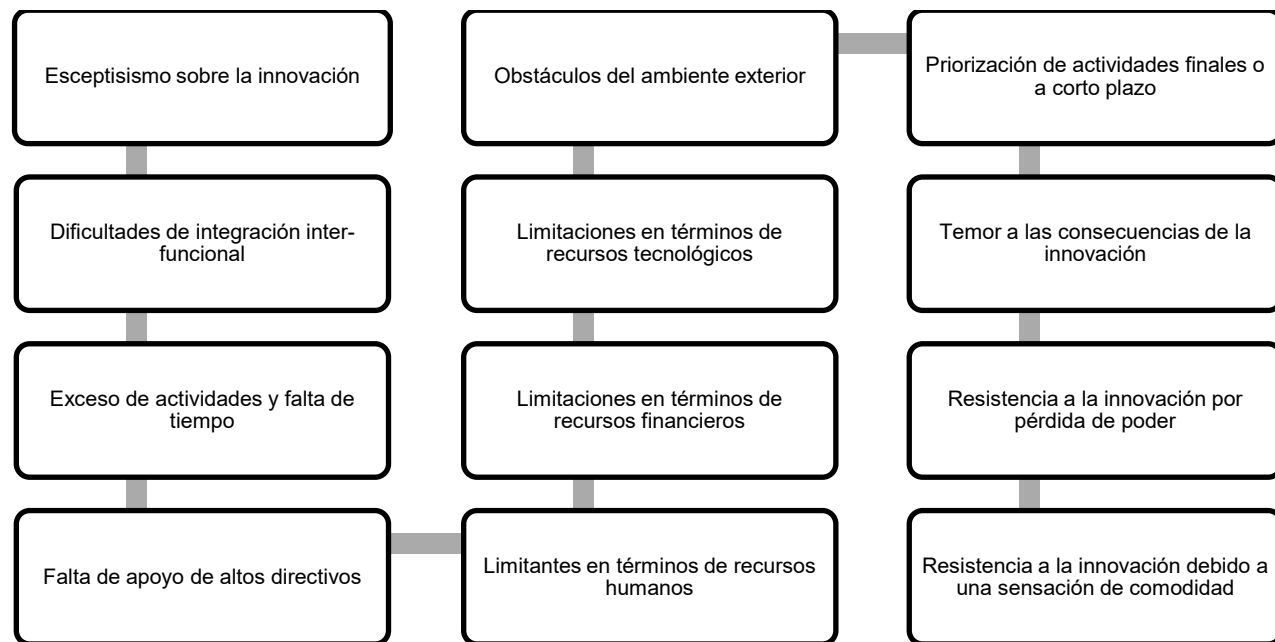
Figura 1: Diez Factores Que Favorecen la Innovación en las Empresas



Fuente: Traducción propia del autor de los diez aspectos que favorecen la innovación, basados en la identificación de los aspectos organizacionales que pueden intervenir favorablemente en el proceso de innovación propuestos por Souza y Bruno-Faria (2013).

Del mismo modo, se presentan en la Figura 2, los doce factores que minimizan la innovación en las empresas propuestas por Souza y Bruno-Faria (2013).

Figura 2: Doce Factores Que Minimizan la Innovación en las Empresas



Fuente: Traducción propia del autor de los doce aspectos que afectan la innovación, basados en la identificación de los aspectos organizacionales que pueden intervenir desfavorablemente en el proceso de innovación propuestos por Souza y Bruno-Faria (2013).

El desarrollo de nuevos productos contribuye en gran medida a la sociedad, ya que, en su mayoría, los nuevos productos permiten tener una mejor calidad de vida (Solomon y Stuart, 2001). Según Kotler y Armstrong (2001), el desarrollo de productos es el hecho de desarrollar un concepto de producto, para que este sea convertido en un producto físico, práctico para quienes lo consuman. La importancia de este radica en los beneficios que ofrece a las empresas tales como incremento de utilidades, incremento de la participación de mercado, así como sobrevivir y crecer en el mercado, entre otros (Kirchner 2011). El desarrollo de productos sigue un proceso, mismo que es considerado como la secuencia de pasos o actividades que una empresa emplea para idear, diseñar, y finalmente comercializar un producto. Las seis fases del proceso de desarrollo genérico se describen en la Tabla 1 según lo establecido por Ulrich y Eppinger (2004).

Tabla 1: Fases del Proceso de Desarrollo Genérico de Productos

Fase	Descripción
0. Planeación	Se conoce como “fase cero” por anteceder a la aprobación del proyecto y al lanzamiento del proceso de desarrollo del producto real. El resultado de esta fase es el principio de misión del proyecto, especificando los objetivos del producto, comerciales así como suposiciones básicas y limitaciones.
1. Desarrollo del concepto	Se identifican las necesidades del mercado objetivo, se generan y evalúan conceptos de productos alternativos y se seleccionan uno o más conceptos para desarrollo y prueba.
2. Diseño a nivel sistema	Incluye la definición de la arquitectura del producto y el desglose del producto en subsistemas y componentes.
3. Diseño de detalles	Incluye la especificación completa de la geometría, materiales y tolerancias de todas las partes que sean únicas en el producto, y la identificación de todas las partes estándar que se van adquirir de los proveedores.
4. Prueba y refinamiento	Involucra la construcción y evaluación de múltiples versiones de producción previas del producto.
5. Producción piloto	<i>En esta fase el producto se fabrica utilizando el sistema de producción pretendido con el propósito de capacitar a la fuerza laboral y resolver cualesquiera problemas que persistan en los procesos de producción.</i>

Fuente: Descripción de cada una de las seis fases que componen el proceso de desarrollo genérico de productos propuesto por Ulrich y Eppinger en su libro “Diseño y desarrollo de productos. Enfoque multidisciplinario”. Considerado como la secuencia de pasos o actividades que una empresa emplea para idear, diseñar y finalmente comercializar un producto

Según Kotler (2002), la investigación de mercados es el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa. Esta herramienta de la mercadotecnia, busca determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio (López, 2011). Una de las aplicaciones que tienen la investigación de mercado, se dirige al análisis de productos (González, 2010). Gracias a las características únicas del nuevo producto “EASY-CAR”, fue posible realizar la solicitud de patente del mismo, entendida esta como un derecho exclusivo concedido a una invención, es decir, un producto o procedimiento que aporta, en general, una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema (OMPI, 2014). Para que una invención sea aceptada como patentable, debe cubrir las siguientes características: debe tener uso práctico, debe ser novedoso, con alguna característica nueva y debe presentar un paso inventivo.

De forma independiente y previa al procedimiento de solicitud de patente ante el IMPI, las estudiantes de la asignatura de Innovación y desarrollo de nuevos productos, se acercaron a la Secretaría de Investigación, Posgrado y Vinculación de la UJAT, donde se encuentra un área que ofrece el servicio de Registro de Propiedad Intelectual para la protección de ideas desarrolladas tanto por alumnos como por profesores investigadores de la misma institución. En esta área, las estudiantes fueron orientadas y asistieron a asesorías personalizadas ofrecidas por expertos del IMPI. Como resultado de estas asesorías, obtuvieron la redacción completa y correcta de la patente, bajo el nombre “Carro de carga plegable para uso doméstico” para su identificación y protección.

Producto

EASY-CAR es un producto en proceso de solicitud de patente por la UJAT y consiste en un carro portátil de uso doméstico, elaborado de aluminio redondo. Se caracteriza por ser ligero, económico e higiénico al ser inoxidable. Este producto cuenta con unas llantas innovadoras que le permiten desplazarse con facilidad por los escalones. Una innovación más que se pensó para este producto fue la capacidad para poder ser armado, esto con la finalidad de hacerlo más práctico y facilitar su transportación, además de construirlo de un tamaño adecuado para poder trasportar cosas de dimensiones mayores que comúnmente no entran en un diablito o carrito de súper. Una de las razones decisivas para optar por desarrollar esta idea de producto, fue la concientización ambiental, misma de la que son objeto los estudiantes de la asignatura de Innovación y desarrollo de nuevos productos en cada curso. Con el conocimiento de los elevados índices de contaminación en México, las estudiantes decidieron materializar un producto que ayudara a la disminución de empaques, desde su entrega hasta su uso, ya que proponen la eliminación de cualquier empaque plástico al integrar una funda de tela como protección al producto, y que, con la implementación de una bolsa envolvente del mismo material, puede ser llevado al supermercado para disminuir el uso de bolsas de plástico como las acostumbradas en el mercado mexicano.

METODOLOGÍA

El estudio tiene como finalidad de conocer las diversas opiniones y aportaciones o sugerencias que los posibles clientes tienen con respecto al EASY-CAR. Considerando como variable de investigación la demanda potencial del nuevo producto. El enfoque de la investigación fue mixto, cuantitativo y cualitativo. Aplicado por medio de cuestionarios a mujeres de entre 18 y 49 años, que visitaron supermercados del municipio de Centro, Tabasco. Dicho cuestionario se integró con 13 ítems. A continuación, en la Tabla 2, se aprecia el marco muestral para esta investigación.

Tabla 2: Determinación de la Muestra

Unidad de Análisis	Mujeres de Entre 18 y 49 Años, Visitantes de Supermercados en el Municipio de Centro, Tabasco
Tamaño del universo	328,740
Tamaño de la muestra	384
Integración de la muestra	Mujeres de entre 18 y 49 años, visitantes de supermercados en el municipio de Centro, Tabasco
Instrumento	Cuestionario
Periodo de aplicación	Del 1 al 28 de febrero del 2014
Cuestionarios aplicados	384
Cuestionarios respondidos	384

El enfoque de la investigación fue mixto, cuantitativo y cualitativo. Aplicado por medio de cuestionarios a mujeres de entre 18 y 49 años, que visitaron supermercados del municipio de Centro, Tabasco. Fuente: Elaboración propia.

Objetivo

Identificar las posibilidades de rentabilidad y factibilidad en el mercado del producto con las características de EASY-CAR, el cual está dirigido específicamente a mujeres de 18 años en adelante del municipio de Centro, Tabasco. Para la determinación del tamaño de la muestra de estudio, se tomaron a consideración los siguientes datos: El municipio de Centro cuenta con una población total de 640,359 habitantes, de los cuales, 328,740 son mujeres.

Muestra

La muestra fue calculada con base en la fórmula de muestreo aleatorio simple de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2pqN}{Ne^2 + Z^2pq}$$

Dónde:

n = ?

e = 5%

N = 328,740

Z = 95% = 1.96

p = 0.50

q = 1-.50

Sustituyendo los valores en la fórmula, resultando:

$$n = \frac{(1.96)^2(.50)(1 - .50)(328740)}{(328740)(.05)^2 + (1.96)^2(.05)(1 - .50)} = 384$$

Resultando el tamaño de la muestra necesaria en 384 cuestionarios, los cuales se deben aplicar a mujeres del municipio del Centro, que se encuentren comprando en Tiendas importantes. A esta investigación se le asignará una cota (margen) de error de .5% en el caso del sistema de muestreo por aleatorio simple utilizado, debido a que se está utilizando este margen de error por lo tanto con un coeficiente de confianza de .95% se tendrá un valor aproximado para Z de 3.84.

Variables

Tabla 3: Operacionalización de Variables

Variable	Subvariables	Definición	Unidad de Medición	Instrumento
Demanda potencial del producto "Easy Car"	Determinar gustos, necesidades y preferencias del consumidor.	Conocer específicamente el segmento al que está dirigido el producto.	3 Opción múltiple 2 Dicotómica 2 Abierta	Cuestionario (Preguntas 2, 3, 4, 5, 7, 10 y 13)
	Número de personas que están dispuestas adquirir el producto.	Cuantificar nuestros clientes potenciales.	3 Opción múltiple 1 Dicotómica	Cuestionario (Preguntas 1, 6, 9 y 12)
	Definir un nivel de precios accesible para el producto.	Definir un nivel de precios para que los clientes potenciales puedan adquirir el producto.	2 Opción múltiple	Cuestionario (Preguntas 8 y 11)

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Con base a las preguntas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados, donde se cuestionó a las participantes en la investigación cuál sería el uso que le daría a EASY-CAR. En la Tabla 3 se visualiza la edad de las mujeres.

Tal como se puede apreciar en la tabla 3, el 32% y como grupo predominante se encuentran las mujeres de entre 18 y 25 años, el 14% indicó tener entre 26-30 años, el 12% oscila entre 31-35 años y con el mismo porcentaje son mujeres entre 36-40 años; finalmente el 10% indicó tener entre 41 y 45 años, el porcentaje restante indica mujeres mayores de 45 y menores de 49, edad que fue la delimitación para la muestra. Asimismo, se buscó conocer su ocupación, resultados expresados en la Tabla 4.

Tabla 3: Frecuencia de Respuesta Con Respecto a la Edad

Respuesta	FR	%
18-25	121	32
26-30	52	14
31-35	46	12
36-40	47	12
41-45	39	10
46-49	79	20
Total	384	100

El 32% y como grupo predominante se encuentran las mujeres de entre 18 y 25 años, el 14% indicó tener entre 26-30 años, el 12% oscila entre 31-35 años y con el mismo porcentaje son mujeres entre 36-40 años. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Ocupación del Sujeto de Estudio

Respuesta	FR	%
Ama de casa	171	45
Estudiante	97	25
Trabajadora	116	30
Total	384	100

El 45% son amas de casa, quienes mayormente visitan las tiendas de supermercados para realizar compras de la canasta básica para sus hogares Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla 4, el 45% son amas de casa, quienes mayormente visitan las tiendas de supermercados para realizar compras de la canasta básica para sus hogares; el 30% son mujeres que trabajan, mismas asignan parte de su tiempo para la compra de víveres, la despensa quincenal o mensual de sus hogares; y con el 25% se encuentran las mujeres estudiantes, quienes acuden al supermercado para adquirir comida rápida y realizan compras de materiales para sus estudios. Otra de las interrogantes aplicadas se refiere al aspecto de valor que se requiere para comparar un producto nuevo, tal como se visualiza en la Tabla 5.

Tabla 5: Aspectos Que se Valoran Para Comprar un Producto Innovador

Respuesta	FR	%
Precio	205	53
Marca	71	18
Comodidad	58	15
Calidad	46	12
Diseño y color	4	1
Total	384	100

El precio es uno de aspectos más importantes para comprar un producto innovador. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla 5, los aspectos de valor más importantes para comprar un producto innovador según el 53% es el precio, donde las mujeres ven la cantidad que van a invertir por la compra de este producto, que su valor monetario no sea tan elevado y que esté acorde a las cantidades que ellas contemplan dentro de sus gastos. El 18% indicó que la marca es un factor muy importante, que ésta esté registrada y sea confiable en caso de algún desperfecto en el producto, asimismo, al conocer la marca, puedan adquirir otro más adelante. Por su parte, el 15% reconoció que la comodidad es un factor importante,

debido al manejo del producto, que éste no sea pesado, sea sencillo de armar o desarmar, fácil para guardar las cosas que se compran, así como que no represente un problema en la salud. Para continuar con la investigación se preguntó sobre la frecuencia relativa al comprar un producto innovador, de nuevo lanzamiento al mercado. Respuestas que se pueden apreciar en la Tabla 6.

En la Tabla 6, las mujeres indicaron con el 53%, que es rara vez que ellas compren un producto innovador como es el caso de EASY-CAR, ya que mencionaron que el estar comprando bolsas ecológicas desde 10 a 20 pesos les resulta mejor, pese a que éstas se desgastan, su durabilidad es escasa y se rompen con facilidad; no obstante mencionaron que sí estarían interesadas en EASY-CAR. El 30% dijo comprar productos innovadores de manera frecuente, el 7% muy frecuentemente y un 10% indicó que nunca adquiere este tipo de productos. De igual manera, se determinó importante conocer las formas de traslado que utilizan las mujeres al realizar sus compras en los supermercados. Los resultados referentes a este apartado se pueden apreciar en la Tabla 7.

Tabla 6: Frecuencia de Compra de Productos Innovadores

Respuesta	FR	%
Muy frecuentemente	26	7
Frecuentemente	115	30
Rara vez	205	53
Nunca	38	10
Total	384	100

Las mujeres indicaron con el 53%, que es rara vez que ellas compren un producto innovador como es el caso de EASY-CAR. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Formas de Traslado Casa-Supermercado.

Respuesta	FR	%
Transporte Privado	208	54
Transporte Público	170	44
Caminando	6	2
Total	384	100

El 54% que las mujeres se trasladan a realizar sus compras en transporte privado: tienen vehículo propio, o en su caso las llevan su pareja o algún familiar. Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 7, detalla con el 54% que las mujeres se trasladan a realizar sus compras en transporte privado: tienen vehículo propio, o en su caso las llevan su pareja o algún familiar. Aunque las compras suelen ser una cantidad a la que pueden cargar cómodamente, el 44% utiliza transporte público, como es el caso de las combis (vehículos tipo Vans de uso colectivo), Transbus (autobús urbano) o taxis. Un 2% mencionó que se traslada a pie, debido a la cercanía del supermercado con su hogar. Referente al padecimiento que puedan presentar las mujeres por realizar sus compras, cargar pesado, acarrear las bolsas, caminar hasta el transporte y demás esfuerzo físico relacionado con la visita al supermercado, se les cuestionó si consideran que esto pueda representar un riesgo para su salud.

Con respecto a la pregunta encuadrada en la Tabla 8, las mujeres señalaron con el 82% que actualmente sufren padecimientos por cargar objetos pesado, tales como dolores musculares e inflamación en la columna vertebral, lumbalgia, inflamación de tendones en los pies, dolor de cabeza. En caso de ser hipertensas, sufren de elevación en la presión arterial. Algunas, al padecer *diabetes mellitus*, presentan agotamiento. Por su parte, el 18% considera que el traslado de objetos pesados no representa un riesgo para su salud. En mercados competidos, es necesario tener ideas creativas e innovadoras que satisfagan las necesidades del

mercado, estudios de consultorías en mercadotecnia coinciden en que el número de consumidores interesados en el cuidado de su salud, en prevenir y corregir enfermedades es cada vez mayor (Sumaya-Martínez, Suárez, Cruz, García y Sampedro, 2010), por lo que se buscó conocer si las mujeres del municipio de Centro consideran atractivo el adquirir un carro de carga portátil, tal como lo es EASY-CAR. En la Tabla 9 se aprecian las respuestas dadas.

Tabla 8: Consideración de Problemas de Salud Debido al Traslado de Objetos Pesados

Respuesta	FR	%
Si	313	82
No	71	18
Total	384	100

El 82% que actualmente sufren padecimientos por cargar objetos pesado, tales como dolores musculares e inflamación en la columna vertebral, lumbalgia, inflamación de tendones en los pies, dolor de cabeza. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9: Atractivo de Adquirir un Carro de Carga Portátil Para el Traslado de Objetos Pesados

Respuesta	FR	%
Muy atractivo	68	18
Atractivo	194	51
Poco atractivo	122	32
Total	384	100

El 51% de las mujeres indicaron que el producto es atractivo si se muestre como funciona, su calidad, si tiene garantía de cuánto tiempo estimado Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la Tabla 9, el 51% de las mujeres indicaron que el producto atractivo sí éste les llama la atención, es decir, que se muestre como funciona, su calidad, si tiene garantía de cuánto tiempo estimado; con un 32% las mujeres lo encontraron poco atractivo y con el 18% muy atractivo. Durante el seguimiento de las preguntas, también se buscó conocer qué característica principal sería la ideal para ofrecer un carro de carga portátil como producto innovador, misma característica que debe impactar de acuerdo a las necesidades de las clientas. Las respuestas dadas por las encuestadas fueron las siguientes.

Tabla 10: Característica Principal en un Carro de Carga Portátil

Respuesta	FR	%
Que sea ligero de peso	169	44
Que se pueda guardar fácilmente	121	32
Práctico para subir y bajar las escaleras	94	24
Total	384	100

El 44% de las mujeres prefiere que sea ligero, esto es: que no cueste trabajo para armarlo y manejarlo y se pueda trasladar con poca dificultad Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 10 indica que el 44% de las mujeres prefiere que sea ligero, esto es: que no cueste trabajo para armarlo y manejarlo y se pueda trasladar con poca dificultad; con un 32% indicaron que éste se pueda guardar fácilmente, y con el 24% que sea práctico para subir y bajar las escaleras. Para conocer en qué lugar se les facilitaría adquirir un carrito de carga portátil, se integró una pregunta relacionada en el cuestionario, a la cual las mujeres respondieron de tal forma como se muestra en la Tabla 11.

Tabla 11: Dónde se Facilitaría Adquirir el Carro Portátil

Respuesta	FR	%
Supermercados	265	69
Por catálogo	82	21
En la misma empresa donde se fabrica el producto	37	10
Total	384	100

69% de las mujeres señalaron que se les facilitaría conseguir y adquirir un carrito de carga portátil en los supermercados Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 11 se muestra que el 69% de las mujeres señalaron que se les facilitaría conseguir y adquirir un carrito de carga portátil en los supermercados, ya que son los lugares más frecuentados para realizar sus compras, por lo que aprovecharían tanto el tiempo, la disposición y la garantía de dónde ubicar este producto. Con un porcentaje del 21%, las mujeres indicaron que se les facilitaría adquirirlo en venta por catálogo de organizaciones reconocidas, tales como *Fuller*, *Avon*, *Stanhope*, que es donde compran sus productos de belleza. El 10% indicó que lo compraría directamente en la empresa que lo produzca. De igual manera, se les cuestionó acerca de la frecuencia de uso que consideran le darían al EASY-CAR. En la Tabla 12 se pueden apreciar sus respuestas.

Tabla 12: Frecuencia de Uso del Carro de Carga Portátil

Respuesta	FR	%
Muy frecuentemente	53	14
Frecuentemente	196	51
Rara vez	117	30
Nunca	18	5
Total	384	100

el 51% de las mujeres refirió utilizarlo frecuentemente, debido a que sus visitas a los supermercados para adquirir artículos son directamente proporcionales Fuente: Elaboración propia.

Tal como se muestra en la Tabla 12, el 51% de las mujeres refirió utilizarlo frecuentemente, debido a que sus visitas a los supermercados para adquirir artículos son directamente proporcionales. El 30% dijo que lo utilizaría rara vez; el 14% dijo que de tenerlo lo utilizaría muy frecuentemente y el 5% afirmó no utilizarlo nunca. De igual manera, se buscó conocer de qué otras maneras este producto podría ser utilizado, por lo que se cuestionó acerca de esto a las participantes, cuyas respuestas se pueden ver en la Tabla 13.

Tabla 13: Otros Posibles Usos del Producto

Respuesta	FR	%
Para hacer las compras	22	6
Para cargar otras cosas	101	26
Para llevarlo a vender mercancía	21	5
Para mover objetos grandes en casa	80	21
No sé	160	42
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 13 las mujeres respondieron con el 42% no saber en qué podría usarlo aparte de la función para la que el producto fue creado. El 26% lo utilizaría para cargar otros artículos, además de las compras de supermercado. El 21% dijo usarlo para mover objetos dentro del hogar, y el 5% mencionó que lo usaría como transporte para la venta de mercancías. Para conocer el precio que estarían dispuestas a pagar por un carrito de cara portátil, con base en el costo-beneficio ellas respondieron lo siguiente. Ver Tabla 14.

Tabla 14: Precio Dispuesto a Pagar Por el Carro de Carga Portátil

Respuesta	FR	%
900 a 1100	330	86
1200 a 1400	54	14
Total	384	100

el 86% de las encuestadas considera que puede pagar de \$900 a \$1100 (MXN). Nota: Las cantidades se encuentran expresadas en Pesos Mexicanos (MXN). Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 14, que recoge las respuestas del precio que estarían dispuestas a pagar por este producto, después de presentarles las características y beneficios de éste, y las ventajas que presenta sobre la competencia; el 86% de las encuestadas considera que puede pagar de \$900 a \$1100 (MXN). El 14% restante, aseguró pagar de \$1200 a \$1400 (MXN) por el EASY-CAR. Para confirmar la intención de compra, se les preguntó sobre su disposición a adquirir un carrito de carga que facilite las tareas que impliquen el traslado de objetos pesados, a lo que el 73% respondió de manera positiva, y un 27% de forma negativa. Los resultados se pueden apreciar en la Tabla 15.

Tabla 15: Disposición Para Adquirir Un Carrito de Carga Que Facilite el Traslado de Objetos Pesados

Respuesta	FR	%
Si	281	73
No	103	27
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia.

Por último, se les pidió que calificaran la satisfacción que les podría generar un producto innovador como lo es un carrito portátil, ligero, manejable y sencillo, de calidad y con vanguardia. Los resultados en forma de escala de calificación, del 1 al 5, se pueden ver en la Tabla 16.

Tabla 16: Nivel de Satisfacción Proporcionada Por Un Carrito de Carga Portátil

Respuesta	FR	%
Nada Satisfecha	15	4
Poco satisfecha	46	12
Ni mucho ni poco	97	25
Satisfecha	138	36
Muy satisfecha	88	23
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar, el 36% respondió estar satisfechas, el 25% se mostró indiferente, el 23% mencionó estar muy satisfecha, el 12% poco satisfecho, y 4% nada satisfecha. Esto, dando seguimiento a la teoría

propuesta por Pardavé (2005), quien indica la importancia de llevar a cabo un análisis situacional de mercadeo de productos tecnológicos, el cual consiste en hacer pasar los datos recopilados por el “filtro” de varios análisis sucesivos. Este análisis tiene como finalidad transformar los datos en información, para tomar las decisiones de mercadeo y definir el perfil de la actividad de la empresa y de su mercado. En cuanto a la investigación de EASY-CAR se hizo un análisis del entorno social, económico y ambiental, y así poder hacer un análisis sobre cómo se podrá desplazar en nuevo producto.

CONCLUSIONES

Del total de la muestra participante en esta investigación, más del 69% le daría un uso al carrito de carga, adquiriéndolo como apoyo en las actividades dentro y fuera del hogar; y ve atractivo el hecho de que Easy-car es desarmable, demostrando que tiene una gran ventaja frente a sus competidores. Sin embargo, el dato más importante dentro de la investigación, es aquel que indica que el producto es rentable, pues el 86% de la población encuestada considera que tiene la intención de adquirirlo y el precio promedio que las personas estarían dispuestas a pagar oscila entre \$900 a \$1100 (MXN) para adquirir el producto.

Comparación de Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, se puede afirmar que tal como propone Damanpour y Gopalakrishnan, los resultados dinámicos y los cambios a los productos específicos y a los servicios ofrecidos, se consideran innovación de un producto, toda vez que los posibles consumidores identificaron como factible la adquisición del EASY-CAR, para sustituir otros productos que utilizan actualmente para cumplir la función que este carrito les ofrece. Por otro lado, se pudo constatar que lo afirmado por Solomon y Stuart (2001) quienes afirman que los nuevos productos repercuten positivamente en la calidad de vida de las personas, ya que los participantes del estudio consideran que el uso del EASY-CAR contribuye a disminuir el índice de contaminación por uso de bolsas y a disminuir el riesgo de lesiones por transportar objetos pesados.

Contribución de la Investigación

Más allá de los resultados mercadológicos, se identificó una situación ejemplar que puede ser reproducida en diversas Instituciones de Educación Superior, ya que se demostró que involucrar a los jóvenes en la realidad empresarial dirigida al desarrollo de nuevos productos e incentivar su creatividad, culmina en la obtención de habilidades que les permiten desarrollar nuevos productos que puedan ser llevados al mercado, con esto se establecerán líneas de investigación institucionales de aplicación y generación del conocimiento y mecanismos para nuevas investigaciones de patentes con resultados tanto cualitativos como cuantitativos (Romo, Villalobos, y Arias, 2012), ya que en el área de ciencias económico administrativo es difícil la creación de patentes debido a que el área es profesionalizante por lo cual este producto contribuye a una transferencia del conocimiento del aula al mercado.

REFERENCIAS

González, R. M. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid: Centro Estudios Financieros. Obtenido de Marketing XXI.

Huang, F. y Rice, J. (2012). Openness in product and process innovation. *International Journal of Innovation Management*, 1250020-1 – 1250020-24.

IMPI (2012). *Miniguía del usuario. Patentes. Preguntas y respuestas*. México: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Recuperado de: <http://www.impi.gob.mx/patentes/Paginas/TripticoPatentes.aspx>

Kirchner, A.E. (2011). *Desarrollo de nuevos productos*. Querétaro: CENGAGE Learning.

Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing*. México: Prentice Hall.

Kotler, P. y Armstrong G. (2001). *Marketing*. México: Pearson Educación.

López, K. R. (Julio de 2011). Fundamentos de mercadotecnia. Recuperado de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/fund_merca/FUNDAMENTOS%20DE%20MERCADOTECNIA.pdf

OMPI (2014). *Preguntas frecuentes*. Obtenido de Organización Mundial de la Propiedad Intelectual: http://www.wipo.int/patentscope/es/patents_faq.html#tools

Pardavé, W. (2005). Propuesta metodológica para realizar estudios de mercadeo de productos tecnológicos. *Revista Colombiana de Marketing*, 4, 6, 86-93.

Pedroza, A. R. y Ortiz, S. (2008) Gestión estratégica de la tecnología en el predesarrollo de nuevos productos. *Journal of Technology Management & Innovation*, 3, 3, 112-122.

Premio Nacional de Tecnología (2006). *Innovación de producto. Cuadernos de gestión de tecnología*. México, D.F.

Romo, A., Villalobos, M. A. y Arias, G. (2012) "Gestión del conocimiento: estrategia para la formación de investigadores". *Revista Electrónica Sinéctica*, Vol. 38, pp. 1-20. Recuperado: <http://www.redalyc.org/pdf/998/99824765004.pdf>

Rodríguez, E.R. y Miranda, A. (2013). *Propuesta de plan de negocios del carro de carga plegable para uso doméstico "Easy-Car" de la empresa "Steel Solutions"*. Villahermosa: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Solomon, M.R. y Stuart, E.W. (2001). *Marketing*. Bogotá: Pearson Educación de Colombia.

Souza, J. C. y Bruno-Faria, M.F. (2013). The innovation process in the organizational context: an alysis of helping and hidering factors. *Brazilian Business Review*, 108-129.

UJAT (2003) *Plan de estudios de la Licenciatura en Relaciones Comerciales*. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Ulrich, K.T., Y Eppinger, S.D. (2004). *Diseño y desarrollo de productos. Enfoque multidisciplinario*. México: McGraw-Hill.

Universida de Vigo (s.f.). *Gestión de la tecnología*. Obtenido de: http://webs.uvigo.es/disenoindustrial/docs/Lecturas/Gestion_tecnologia.pdf

Vega, L.R. (2009). El Proceso de Desarrollo de Productos Tecnológicos entre las Universidades y las MIPYMES Mexicanas: Una Carrera de Obstáculos. *Journal of Technology Management & Innovation*, 4, 4, 120-129.

BIOGRAFÍA DE LOS AUTORES

Juan Carlos Mandujano Contreras. Profesor investigador de la DACEA, UJAT. Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco, México.

Cecilia García Muñoz Aparicio. Profesora investigadora de la DACEA, UJAT. Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco, México.

Concepción Reyes De La Cruz. Profesora investigadora de la DACEA, UJAT. Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco, México.

Leticia Rodríguez Ocaña. Profesora investigadora de la DACEA, UJAT. Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco, México.

DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE UNA ZONA CARACTERIZADA COMO TURÍSTICA EN ENSENADA, BAJA CALIFORNIA

José de Jesús Moreno Neri, Universidad Autónoma de Baja California
María del Mar Obregón Angulo, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Alejandro Arellano Zepeda, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

Este trabajo pretende detectar las necesidades de negocios formados principalmente para realizar ventas y servicios en una zona caracterizada como turística de Ensenada, Baja California y con ello identificar acciones de permanencia, que apoyen a los de nueva creación y a los que tienen problemas para subsistir. Este tipo de negocios ubicados en la calle primera o López Mateos, una de las vías más significativas del puerto enfrenta una problemática que pone en peligro su permanencia y con ello la pérdida de beneficios económicos y la generación de empleos. Se propone una metodología mixta realizada a propietarios y encargados de los establecimientos y representantes de organismos que los agrupan, con el objeto de recabar información de sus necesidades que sirvan de base para aumentar su calidad de negocio. Una de las necesidades principales que provoca la caída de este sector, es la disminución de visitantes, originado por los niveles de inseguridad. Esto hace necesario una mayor participación de los tres niveles de gobierno y que el empresario realice planes estratégicos, elabore estudios de mercado y mejore el servicio al cliente.

PALABRAS CLAVE: Necesidades de Negocios, Acciones de Permanencia, Disminución de Visitantes, Inseguridad

NEEDS TO IMPROVE THE QUALITY OF MICRO AND SMALL COMPANIES THE TOURIST ZONE IN ENSENADA, BAJA CALIFORNIA

ABSTRACT

This work identifies needs of tourism businesses of Ensenada, Baja California. We identify actions that support new creation and actions for firms with problems. Businesses examined are located on the first street of Lopez Mateos. A mixed methodology is proposed to owners and managers of the establishments and representatives of the organizations that support them. The objective is to gather information about needs that serve as a basis to increase their business quality. One issue the sector faces is a decrease of visitors, caused by levels of insecurity. Creating a solution requires participation of the three levels of government. Employers must develop strategic plans, market studies and improve customer service.

JEL: A10, M21

KEYWORDS: Business Needs, Permanency Actions, Visitor Decrease and Insecurity

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo es considerado como una de las acciones económicas y culturales más importantes para una nación o una región y este se define como el grupo de actividades que las personas realizan cuando viajan o pernoctan en un lugar diferente a su domicilio habitual en un periodo sucesivo inferior a un año, también son aquellas actividades relacionadas con conocer o disfrutar de lugares o espacios diferentes al lugar donde uno reside de manera permanente y existen diferentes formas de hacerlo, ya sea cultural, de aventura, de entretenimiento o de relajación, de igual manera hay diferentes personas que lo realizan como son: jóvenes, familias, personas de la tercera edad, parejas, amigos, etc., representando una de las mayores causas de ingresos para muchos países en desarrollo, dando lugar a importantes fuentes de empleo. México cuenta con un alto potencial y una abundancia de recursos naturales y culturales, es un país con litorales tanto en el Atlántico como en el Pacífico. A nivel mundial tiene amplias expectativas en torno al turismo, por esta situación privilegiada y con la creciente demanda que tiende a consumir nuevos atractivos turísticos, obliga a dependencias gubernamentales que tienen que ver con el turismo a intervenir e impulsar los diferentes atractivos con los que se cuentan a fin de que sean competitivos a todos los niveles.

La República Mexicana tiene 32 entidades federativas, Baja California es una de ellas y ofrece una importante variedad de actividades turísticas, como sus mares, su riqueza vinícola, gastronómica y paisajes que colocan al Estado como uno de los principales lugares más visitados del país. Ensenada se ubica a 110 kilómetros al sur del cruce fronterizo con Estados Unidos o la garita de San Ysidro, California. Cuenta con una infraestructura turística que la ciudad y puerto ofrece a los turistas y una actividad cultural constante que combina con sus bellos atractivos naturales y hermosas playas, espacios para acampar, parques de casas rodantes y hoteles. En la calle primera o López Mateos se encuentran tiendas de curiosidades, bares, restaurantes, terrazas, cafés, discotecas, tiendas de conveniencia, hoteles, galerías y farmacias, donde caminar en familia es muy seguro, lo que hace de esta vialidad, una de las más concurridas.

Sin embargo, de octubre de 2008 a la fecha han cerrado 167 negocios de los giros de: artesanías, farmacias, bares y restaurantes con la resultante de la pérdida de 500 empleos y \$150,000 dólares en rentas mensuales (Arteaga, 2014). De los cruceros que arriban al puerto, una actividad que ha crecido al recibir a las líneas navieras; Carnival Cruise, Holland American, Royal Caribbean y Disney Wonder, los cuales provienen en su gran mayoría de Los Ángeles, California y Hawái (García, 2016), al respecto tenemos que en 2008 se recibieron 277 disminuyendo considerablemente en los siguientes años, mejorando para 2014, 2015, 2016 y 2017 (Tabla 1). El turismo carretero que visita el puerto, generalmente proviene de Estados Unidos, del propio estado y del estado de Sonora, pero gran parte de éste se queda en el municipio de Rosarito por su cercanía con Estados Unidos.

Como resultado de la situación anteriormente planteada, se tiene que Ensenada es el segundo puerto de México con más arribos de cruceros, no obstante el Comité de Cruceros no está legalmente conformado y es necesario que tenga vida jurídica para que atienda las situaciones que se enfrentan, según García (2016), en este puerto abunda la mendicidad de los niños y los “jaladores” de bares acosan al turista, los comerciantes sacan su mercancía a la banqueta y hay mucho ruido en la calle y esto preocupa porque las líneas navieras amenazan con retirar sus rutas de Ensenada. Información de Rafael Chávez, presidente de la Cámara de Comercio, señala que, de acuerdo a un estudio realizado, el negocio más pequeño tiene un gasto operativo anual de cien mil pesos y que las ventas de la mayoría de los comercios han disminuido considerablemente, ya que el poder adquisitivo del turista estadounidense que visita el puerto es menor. Asimismo, el presidente de Proturismo agregó que se calcula que en la calle primera hay unas 300 familias completas de distintas etnias indígenas que se dedican a la venta de artículos supuestamente artesanales y que, para no ser molestados, ponen de frente a mujeres y niños de todas las edades, que no asisten a la escuela, hablan poco español y entienden palabras en inglés, vendiendo una imagen de tristeza.

Tabla 1: Embarcaciones y Pasajeros Que Arribaron al Puerto

Año	Arribos	Pasajeros
2008	277	651,687
2009	235	484,514
2010	156	362,285
2011	164	359,256
2012	177	429,403
2013	194	487,774
2014	280	700,000
2015	277	684,714
2016	258	650,225
2017	267	648641

Fuente: (SCT, 2017)

Se observa que, en los negocios de la zona, no se tiene una cultura turística y ésta se tiene que crear para que impacte al visitante, y debe existir desde el empleado con menos jerarquía, para que atienda al cliente como se merece, por ello en este estudio, se estableció la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las necesidades de micro y pequeñas empresas ubicadas en una zona caracterizada como turística en Ensenada, B. C., para mejorar su calidad de negocio? Entendiéndose como calidad de negocio, el estilo o forma de trabajo encaminado hacia el cliente para satisfacerlo y atraerlo e identificar lo que éste espera de un producto o servicio.

Esta pregunta nos lleva a establecer el objetivo de esta investigación, que es la detección de las necesidades de negocios formados principalmente para realizar ventas y servicios en una zona caracterizada como turística de Ensenada, Baja California y con ello identificar acciones de permanencia, que apoyen a los de nueva creación y a los que tienen problemas para subsistir. Las supuestas necesidades dentro de la hipótesis de esta investigación fueron: condiciones generales, condiciones gubernamentales y condiciones empresariales que afectan la calidad de estos negocios. La forma en la que se organiza este estudio es la siguiente: en la sección de revisión literaria se conforma por el marco teórico, donde se habla de los antecedentes de estudios y la fundamentación legal; después en la metodología se señalan los métodos y técnicas utilizados en el trabajo, así como el tipo de estudio y la recolección de la información tanto primaria como secundaria; más adelante se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento y finalmente, se plantean las conclusiones en función de los resultados obtenidos.

REVISIÓN LITERARIA

El turismo ha demostrado ser un importante impulsor del crecimiento económico en las últimas décadas, porque contribuye con más del 10% del producto interno bruto mundial, generando uno de cada 10 puestos de trabajo en el planeta tierra. La denominada industria sin chimeneas sigue siendo una gran oportunidad para los países en desarrollo y emergentes de tal manera que estos puedan mejorar en la cadena de valor (World Economic Forum, 2017). El ser humano durante su existencia, ha desarrollado el impulso de trasladarse a diferentes rumbos, ya sea por diferentes razones como son; por placer, negocio, religión, guerras u otra razón que en su momento considere necesario, para descansar y escapar del bullicio de las ciudades (Sancho, 1998). El turismo es una de las mayores fuentes generadoras de divisas y de empleos, por ello contribuye en gran forma al crecimiento económico. La obtención de ingresos por el turismo constituye en magnitud una cantidad mayor a la obtenida por la de los demás sectores económicos a excepción del petróleo y la rama automotriz (Schulte, 2003).

El turismo es fascinante por su cambiante ámbito de comprensión y desarrollo, pero también es complejo, por la diversidad de áreas y disciplinas que la componen, por la forma en que generan su vinculación entre sí y en su disposición hacia el turista. En intención se tiene que el turismo no tiene fronteras ni barreras (Guerrero & Ramos, 2014). El continente americano, turísticamente tiene el mejor segundo desempeño a nivel agregado, de ahí que Estados Unidos es el 6º, Canadá el 9º, México el 22º y Brasil el 27º lugar. Los países de esta región cuentan con recursos naturales valiosos, en el caso de los países del norte de América deberían mejorar su competitividad de precios, la sostenibilidad ambiental y la infraestructura, y para los de América Central y Sur deberían continuar mejorando su seguridad y protección, creando entornos más propicios para las empresas turísticas (World Economic Forum, 2017).

México es un gran país con una gran riqueza cultural y natural, situación de enorme potencial para su desarrollo turístico. La expansión del turismo a nivel mundial, trae consigo el aumento de la demanda de servicios turísticos, sobre todo viniendo de la población pensionada que cada vez se tiene en una proporción mayor. No obstante, al igual que en otras actividades, el fenómeno de la globalización motiva a que los viajeros tengan más alternativas, que quizá sea a rumbos lejanos (Chávez, 2008).

Esto hace necesario que quién realiza actividades turísticas debe ser cada vez mejor e integrarse con todos los actores que la componen y resolver con medidas que hagan de su demarcación una zona más interesante y competitiva. Para, Propín, Sánchez y López (1997), México es reconocido como un país que atrae a millones de viajeros y en la Península de Baja California se tiene un importante potencial turístico derivado de la presencia del binomio océano-desierto. El estado de Baja California, es una de las treinta y dos entidades de la República Mexicana, y se encuentra dentro de las cinco que tiene mejor disponibilidad de recursos naturales y protección del medio ambiente, cuenta con litorales de playas y una variedad de zonas consideradas como protegidas (CIETEC, 2010). Información obtenida del Sistema Nacional de la Información Estadística de sector turismo de México, muestra datos de las personas que visitan el estado de Baja California en el ejercicio de 2014, de ahí que los visitantes extranjeros fueron 860,485 el 23.64% y que el número de visitantes nacionales fueron 2'780,116 el 76.36% (SECTUR, 2016).

De los visitantes de nacionales, el 49.8% son de Baja California, provenientes de las ciudades de Mexicali y Tijuana, el 9.2% de Sonora, el 9.1% del Distrito Federal, el 8.1% de Jalisco y el 5.6% de Sinaloa, entre otros con porcentajes más bajos (García, 2016). La principal fuente de turistas extranjeros es el Estado de California, que es uno de los estados que cuenta con el mayor porcentaje de población de ascendencia mexicana, de esto se derivan en gran parte las oportunidades y retos para los recursos turísticos de Baja California, y desarrollar crecimiento económico y generación de empleos.

El Municipio de Ensenada, es uno de los cinco municipios del estado de Baja California, y el de mayor superficie de todo el país, cuenta con una variedad de atractivos turísticos, entre los que se encuentran; el puerto y sus costas en donde se practican diversos deportes acuáticos. Su cocina a base de mariscos, sus vinos y el clima mediterráneo hacen de la región un atractivo para los visitantes (Baja California, 2017). La información anterior ha sido base para que la Secretaria de Turismo, tanto federal como estatal lleven a cabo y apoyen programas, tendientes a incrementar el turismo, como es el caso del denominado “se turista en tu estado”, que ha tenido grandes resultados. Los motivos que nos impulsaron a realizar este análisis, es por los altos porcentajes de quiebra de negocios en Ensenada, B. C., los cuales fluctúan entre el 35 y 40 por ciento (Buendía, 2012). Los destinos turísticos tienden a disminuir el volumen de ventas de los turistas, al traer consigo la pérdida de atracción por los mismos (Butler, 1980), lo anterior debido a que:

“El crecimiento poblacional es menor mientras que las afluencias turísticas aumentan y la oferta sobrepasa a la demanda”.

Ensenada es una zona donde el turista se siente atraído por la conjunción de elementos del medio geográfico-físico de la región: la sierra junto al mar, y clima mediterráneo que prefieren los estadounidenses de origen anglosajón, los cuales se trasladan en sus propios vehículos, viajan generalmente con otra persona y gastan, alrededor de 200 dólares en su estancia que puede ser de 1 a 3 noches (Propín, Sánchez y López, 1997). Este escenario geográfico-físico de la expansión del turismo en Ensenada garantiza un crecimiento sostenido del sector, porque existen condiciones climáticas agradables y presenta una mezcla interesante entre condiciones vegetales, desierto y mar siendo sus atractivos naturales y la gran ventaja que tiene la colindancia con los Estados Unidos, principalmente con California (Propín, Sánchez y López, 1997).

El Municipio de Ensenada sobresale en los ámbitos nacional e internacional, sobre todo por el turismo (ocupa el 2do lugar a nivel nacional en arribo de cruceros), la agricultura, la pesca, la acuicultura y la industria vitivinícola. Recientemente lo ha hecho también en la rama gastronómica, al nivel de ser declarada a Ensenada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) con la categoría de Ciudad Creativa en Gastronomía. De igual Plan Municipal de Desarrollo 2017 - 2019 forma, Ensenada contribuye a la investigación científica, a la innovación y al desarrollo tecnológico a nivel nacional e internacional, gracias al potencial de las instituciones de educación superior y de investigación que se ubican en este Municipio (Novelo, 2017).

Encuestas de satisfacción realizadas y publicadas en inglés indican que la mitad de los pasajeros que llegan al puerto de Ensenada en cruceros no vuelven por segunda vez, además califican con 5.3 la posibilidad de recomendar la ciudad, ya que es demasiado el ambulante y la mafia existente de los operadores de tours que mueven al turista a lugar de conveniencia para ellos. Una tripulante de un crucero describe el horror de la imagen que el turista recoge del pueblo por el tiempo estimado que el barco permanece en el puerto, narró que la mayoría de los infantes no solo piden dinero, sino que arrebatan alimentos, equipo de tecnología y otras compras a los visitantes, por ello hay cifras que señalan que de los casi 2 mil 300 pasajeros que se transportan en los navíos que atracan en la Terminal de Cruceros, solo un 50 por ciento desciende, el resto permanece dentro del buque (Botello, 2016).

Para el secretario de Turismo del Estado, Óscar Escobedo Carignan, resulta difícil normalizar la mendicidad y aclaró que no se trata de mafias, sino de cotos de poder, que tienen que eliminarse con participación ciudadana porque el gobierno no tiene capacidad de atender estos temas. El jaloneo entre los diferentes gremios, sumado a la mendicidad, dan una sensación de incomodidad a los visitantes, es lo que expresan las líneas navieras y tenemos que no recogen la basura, que las calles están sucias, que el comerciante no barre el frente de su negocio y son cosas que se tienen que solucionar.

METODOLOGÍA

Para el logro del objetivo planteado, se aplicó una metodología mixta para obtener información tanto cuantitativa como cualitativa. Los datos cuantitativos se obtuvieron mediante el diseño y aplicación de una encuesta aplicada a 74 propietarios o encargados de 140 negocios existentes en la zona delimitada, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7.9%. La muestra se obtuvo por la ecuación estadística para proporciones poblacionales.

$$\frac{\frac{z^2 x p(1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 x p(1-p)}{e^2 N}} \quad (1)$$

Tamaño de la muestra = 74

La encuesta se aplicó en los meses de octubre y noviembre de 2017 y constó de tres apartados: uno referido a obtener información sobre las condiciones generales que afectan a los negocios turísticos; otro para obtener información sobre las condiciones que como gobierno los han descuidado y afectado y, un tercer apartado sobre condiciones que como empresario afectan su competitividad y funcionamiento. Para la obtención de los datos cualitativos, se desarrollaron entrevistas con dueños de negocios vigentes y ya clausurados, así como con dirigentes de organismos en los que ellos se agrupan. A partir de esta metodología se pudo obtener información congruente con el objetivo planteado en esta investigación.

RESULTADOS

Respecto a datos obtenidos de encuestas aplicadas a 74 empresarios de la zona turística de Ensenada, Baja California, en relación a las condiciones generales, condiciones gubernamentales y condiciones empresariales que afectan su competitividad. En relación con las primeras, estos se ven reflejados en la tabla No. 2.

De acuerdo a su percepción, los encuestados expresan que sus negocios se han visto afectados por la recesión económica de los Estados Unidos (68 = 91.89%), al tipo de cambio peso/dólar (70 = 94.59%), aumento en la competencia (54 = 72.97%) y aumento negativo en el medio ambiente (38 = 51.35) (Tabla 2)

Tabla 2: Resultados Obtenidos de Condiciones Generales

Condiciones Generales Que Afectan a los Negocios Turísticos	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1.-Le beneficia el turismo de cruceros	31	37	5	1
2.-Recesion económica de los EEUU	38	30	5	1
3.-Tipo de cambio	49	21	4	0
4.-Aumento de la competencia nacional e internacional	20	18	34	2
5.-Aumento negativo en el medio ambiente	25	29	18	2

Fuente: Elaboración propia, 2017

En cuanto a la percepción con las condiciones que corresponden a decisiones por parte del Gobierno, señalan el índice de inflación (73 = 98.64%) como la primer que ha dañado los negocios, también en gran número se refieren a la falta de crecimiento económico (71 = 95.94%), inseguridad (69 = 93.24%) así como la falta de apoyos gubernamentales y la falta de financiamientos (64 = 86.48%). Los resultados de las condiciones que como empresarios afecta a los negocios turísticos, se muestran en la tabla número 5, dónde se consideraron 34 factores (Tabla 3).

Por lo que corresponde a las condiciones del empresario, se observa que están enterados de que tienen competidores (73 = 98.64%), asumen que aplican tecnologías de la información (66 = 89.18%), es posible desarrollar nuevos nichos de mercado (65 = 87.83%), toman en cuenta el costo de los servicios (63 = 85.13%), identifican a los posibles consumidores de sus productos (62 = 83.78%) y con igual resultado los siguientes: están asesorados en aspectos administrativos, desarrollan estrategias para atraer clientes y toman en cuenta los valores y creencias de los clientes (61 = 82.43%) (Tabla 4).

Tabla No. 3: Resultados Obtenidos de Condiciones Gubernamentales

Condiciones Que Como Gobierno Se Han Descuidado y Han Afectado a los Negocios Turísticos de Ensenada, B. C.	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1.-Aumento en la tasa de desempleo	26	37	11	0
2.-Abuso de las autoridades	20	31	23	0
3.-Cobro de impuestos a los turistas	25	24	22	3
4.-Existencia de Retenes	13	40	18	3
5.-Mecanismos reguladores: SHCP, IMSS, INFONAVIT	7	15	48	4
6.-Cobro de Peajes	6	45	21	2
7.-Inseguridad	39	30	5	0
8.-Índice de inflación	49	24	1	0
9.-Falta de crecimiento económico	24	47	3	0
10.-Falta de apoyos federales, gubernamentales y estatales	16	48	7	3
11.-Impuestos	34	27	11	2
12.-Falta de financiamientos	23	41	8	2

Fuente: Elaboración propia, 2014

Tabla No. 4: Resultados Obtenidos de Condiciones Empresariales

Condiciones Que Como Empresario Afectan la Competitividad de los Negocios Turísticos	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1.-Entiendo que contamos con clientes repetitivos y experimentados	21	27	26	0
2.-Agregamos capacidad y personal a la industria	8	27	39	0
3.-Es posible conseguir o desarrollar nuevos nichos de mercado	7	58	8	0
4.-Existe relevo o actualización entre generación de líderes turísticos	11	21	37	2
5.-Estoy asesorado en aspectos administrativos	18	43	13	0
6.-Busco nuevas alternativas en proveedores	19	30	20	4
7.-Asumo que tengo competidores	38	35	0	0
8.-Dependo de los fabricantes	6	23	35	9
9.-Tomo en cuenta el costo de los servicios	20	43	10	1
10.-Identifico los posible consumidores de mis productos	26	36	10	2
11.-Aplico tecnología de la información.	17	49	8	0
12.-Desarrollo estrategias para atraer clientes	25	36	11	0
13.-Tomo en cuenta los valores y creencias de mis clientes	6	55	12	1
14.-No visualicé la competencia y entrada de empresas extranjeras	13	45	12	4
15.-Me afectan los productos artesanales elaborados por empresas extranjeras	9	9	39	17
16.-Poseo poca experiencia en el negocio	1	2	47	24
17.-Me faltan recursos económicos	0	9	50	15
18.-Me considero en una mala ubicación	0	3	43	28
19.-No he sabido invertir	0	3	46	25
20.-No consideré la posibilidad de un debilitamiento imprevisto.	5	9	49	11

Fuente: Elaboración propia, 2014

CONCLUSIONES

La información obtenida y aquí presentada, permiten a los diferentes actores del sector turístico identificar factores que afectan a los negocios de este ramo, y con ello identificar áreas de oportunidad y disponibilidad de los encuestados y hacer frente a los cambios necesarios para lograr atraer nuevamente a los clientes otorgándoles servicios variados y de calidad. A partir de las entrevistas, algunos describen su situación como una debacle y se lamentan de no haber diversificado su inversión, señala uno de ellos que llegó a tener hasta 16 negocios del mismo giro y en la actualidad solo cuenta con uno y una bodega repleta de mercancía. También mencionó que los créditos solicitados al Gobierno Federal, los aplican al pago de recibos de servicios públicos, adeudos fiscales, sueldos, rentas atrasadas, inventarios y proveedores. El programa de la Secretaría de turismo del Estado denominado “Sé turista en tu estado”, es catalogado como muy bueno, porque se han dado avances importantes. Se observa que los factores principales que afectan a este sector, son la reducción o ausencia de visitantes a la localidad, por la disminución de arribo de cruceros y la baja de visitantes carreteros originado por el cobro de impuestos a los turistas y por el nivel de inseguridad en la zona respectivamente, además de que en gran parte a consideración de los empresarios los clientes son repetitivos y experimentados, que tienen demasiada competencia y que los costos de los bienes y servicios se han incrementado.

Es importante recalcar lo que el presidente de la Asociación de Comerciantes del Ramo Turístico de Ensenada (ACORTE), al señalar que, una de las causas principales de sus pérdidas, es la inseguridad promovida por noticieros y periódicos, tanto a nivel nacional como internacional. Otra causa es el SIAVE (sistema de supervisión y control vehicular) que ha provocado lentitud en el cruce a México y no menos complicado el regreso a los E.U. Otro aspecto que consideran muy importante es el relativo al comercio ambulante, el descuido por parte de las autoridades de la limpieza de las calles y al desalojo de vagabundos que afectan en gran medida al turista o visitante. Los organismos como la Asociación Mexicana para la atención a Cruceros Turísticos (AMEPACT) en la región Pacífico Norte, Pro turismo, la Cámara Nacional de Comercio (Canaco), Cámara Nacional de la Industria Restaurantera (Canirac), Secretaría de Turismo de Ensenada (Secture), Comercio, Ayuntamiento y Gobierno, están muy enterados de que la situación se recuperará de forma muy lenta. Reconocen que los prestadores de servicios turísticos no se prepararon para enfrentar un problema que fue anunciado.

Se recomienda considerar las actividades que el CIETEC, 2010, señala, como son: Reducir la disposición de residuos sólidos per cápita, aumentar la presencia de consultores para el área, incrementar la densidad de restaurantes, disminuir la incidencia delictiva, combatir el narcotráfico que contrarreste la imagen de Estado en ese rubro e incrementar la promoción turística. Sin embargo, es necesario que el empresario turístico elabore un plan estratégico que contemple bases y estrategias para su desarrollo a largo plazo, realizar estudios de mercado y capacitar a su personal en el servicio al cliente, sin olvidar el importante papel que juegan los tres niveles de gobierno en el fortalecimiento de estos negocios.

BIBLIOGRAFÍA

Arteaga, A. (2014). Cierran 40 negocios, Periódico Frontera, julio 2014, consultado <http://www.fronteraensenada.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/18032014/820907-Cierran-40-negociosturisticos.html>

Baja California (2017). Municipios del Estado-Ensenada. Gobierno del Estado de Baja California. Consultado el 20 de octubre de 2017, en: http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/municipios/ensenada/ensenada.jsp

Botello, E. (2016). Zona “sucia” ahuyenta al turismo. Semanario Zeta. Consultado el 20 de noviembre de 2017, en: <http://zetatijuana.com/2016/10/zona-sucia-ahuyenta-turismo/>

Buendía, M. (2012). “Quiebran al año 40% de empresas”, Periódico El Vigía, Ensenada, B. C.

Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”. *Canadian Geographer*, 24 (1), 5-12
Chávez, O. R. (2008). Turismo: factor de desarrollo y competitividad en México. *Centro*.

CIETEC (2010). Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey Índice de competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2010

García, J. (2016). Definen perfil del turista en Baja California. *Frontera Info*. Consultado el 18 de octubre de 2017, en: <http://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/27122016/1162931-Definen-perfil-del-turista-en-Baja-California.html>

García, J. (2016). Regresan líneas navieras al puerto de Ensenada. *Frontera Info*. Consultado el 16 de octubre de 2017 en: <http://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/24082016/1119133-Regresaran-lineas-navieras-al-puerto-de-Ensenada.html>

García, J. (2016). Vive crisis y desorden zona turística. *Frontera. Info*. Consultado el 2 de noviembre de 2017, en: <http://www.frontera.info/Movil/EdicionEnLinea/Noticias/Notas/1054154.html>

Guerrero, P. and Ramos, J. (2014) Introducción al turismo. Primera Edición E-Book. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. México.
<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384130.pdf>

Novelo, M. A. (2017). Plan Municipal de Desarrollo 2017-2019 Ensenada, B. C., consultado el 14 de octubre de 2017, en: <http://transparencia.ensenada.gob.mx/doc/file10455s229d87.pdf>

Propín, Sánchez & López (1997). Situación geográfica – económico del turismo en el extremo norte de América Latina: El corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada. *Revista de Geografía Norte Grande*.
http://www.icp.puc.cl/html/revista/PDF/RGNG_N24/art29.pdf

Schulte S. (2003). “Guía conceptual y metodología para el desarrollo y la planificación del sector turismo. Naciones Unidas. Consultado el 4 de mayo de 2017, en:
http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ksE_EzHqukoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=desarrollo+de+nichos+turisticos+&ots=VIkAXcCXIC&sig=U

SECTUR (2016) Turismo en México 2016. Consultado el 28 de septiembre de 2017 en:
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/TurismoEnMexico.pdf>

World Economic Forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, consultado el 20 de octubre de 2017, en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>.

BIOGRAFÍA

José de Jesús Moreno Neri es Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada, Baja California, México.

María del Mar Obregón Angulo es Maestra en Contaduría por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesora Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada, Baja California, México.

Santiago Alejandro Arellano Zepeda es Maestro en Impuestos por CETYS Universidad. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México.

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for their much appreciated contribution as reviewers.

Haydeé Aguilar, Universidad Autónoma de Aguascalientes
Bustamante Valenzuela Ana Cecilia, Universidad Autonoma De Baja California
María Antonieta Andrade Vallejo, Instituto Politécnico Nacional
Olga Lucía Anzola Morales, Universidad Externado de Colombia
Antonio Arbelo Alvarez, Universidad de la Laguna
Hector Luis Avila Baray, Instituto Tecnológico De Cd. Cuauhtemoc
Graciela Ayala Jiménez, Universidad Autónoma de Querétaro
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Albanelis Campos Coa, Universidad de Oriente
Carlos Alberto Cano Plata, Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano
Alberto Cardenas, Instituto Tecnológico De Cd. Juarez
Sheila Nora Katia Carrillo Incháustegui, Universidad Peruana Cayetano Heredia
Emma Casas Medina, Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora
Benjamin Castillo Osorio, Universidad del Sinú-Sede Monteria
María Antonia Cervilla de Olivieri, Universidad Simón Bolívar
Monica Clavel San Emeterio, University of La Rioja
Cipriano Domigo Coronado García, Universidad Autónoma de Baja California
Semei Leopoldo Coronado Ramírez, Universidad de Guadalajara
Esther Eduvigis Corral Quintero, Universidad Autónoma de Baja California
M. T. Coto, Intl. Academic Sevices
Tomás J. Cuevas-Contreras, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Edna Isabel De La Garza Martínez, Universidad Autónoma De Coahuila
Javier de León Ledesma, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - Campus Universitario de Tafira
Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario Costa Sur
Avilés Elizabeth, CICESE
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juarez
Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez del Estado de Durango
Carlos Fong Reynoso, Universidad de Guadalajara
Carmen Galve-górriz, Universidad de Zaragoza
Teresa García López, Instituto De Investigaciones Y Estudios Superiores De Las Ciencias Administrativas
Blanca Rosa Garcia Rivera, Universidad Autónoma De Baja California
Denisse Gómez Bañuelos, CESUES
Carlos Alberto González Camargo, Universidad Jorge Tadeo Lozano
Hector Alfonso Gonzalez Guerra, Universidad Autonoma de Coahuila
María Brenda González Herrera, Universidad Juárez del Estado de Durango
Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma de Baja California
Araceli Gutierrez, Universidad Autonoma De Aguascalientes
Andreina Hernandez, Universidad Central de Venezuela
Arturo Hernández, Universidad Tecnológica Centroamericana
Jorge Hernandez Palomino, Universidad Autónoma de Mexico
Alejandro Hernández Trasobares, Universidad de Zaragoza
Azucena Leticia Herrera Aguado, Universidad Tecnológica de Puebla
Claudia Soledad Herrera Oliva, Universidad Autónoma de Baja California
Luis Enrique Ibarra Morales, Universidad Estatal de Sonora
Mercedes Jalbert, The Institute for Business and Finance Research
Carmen Leticia Jiménez González, Université de Montréal Montréal QC Canadá.
Gaspar Alonso Jiménez Rentería, Instituto Tecnológico de Chihuahua
Lourdes Jordán Sales, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Miguel Ángel Latorre Guillem, Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir"
Santiago León Ch., Universidad Marítima del Caribe
Graciela López Méndez, Universidad de Guadalajara-Jalisco
Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma de Baja California
Cruz Elda Macias Teran, Universidad Autonoma de Baja California
Eduardo Macias-negrete, Instituto Tecnológico de Ciudad Juarez
Aracely Madrid, ITESM, Campus Chihuahua
Deneb Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Carlos Manosalvas, Universidad Estatal Amazónica
Gladys Yaneth Mariño Becerra, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
Omaira Cecilia Martínez Moreno, Universidad Autónoma de Baja California-México
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Universidad Autónoma De Tamaulipas
Jesus Carlos Martinez Ruiz, Universidad Autonoma De Chihuahua
Francisco Jose May Hernandez, Universidad del Caribe
Aurora Irma Maynez Guaderrama, Universidad Autonoma de Ciudad Juarez
Linda Margarita Medina Herrera, Tecnológico de Monterrey. Campus Ciudad de México
Alaitz Mendizabal, Universidad Del País Vasco
Alaitz Mendizabal Zubeldia, Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea
Fidel Antonio Mendoza Shaw, Universidad Estatal De Sonora
Oscar Javier Montiel Mendez, universidad autonoma de ciudad juarez
Juan Nicolás Montoya Monsalve, Universidad Nacional de Colombia-Manizales
Gloria Muñoz Del Real, Universidad Autonoma de Baja California

Alberto Elías Muñoz Santiago, Fundación Universidad del Norte
Erwin Eduardo Navarrete Andrade, Universidad Central de Chile
Gloria Alicia Nieves Bernal, Universidad Autónoma del Estado de Baja California
Bertha Guadalupe Ojeda García, Universidad Estatal de Sonora
Erika Olivas, Universidad Estatal de Sonora
Erick Orozco, Universidad Simon Bolivar
Rosa Martha Ortega Martínez, Universidad Juárez del Estado de Durango
José Manuel Osorio Atondo, Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora
Julian Pando, University of the Basque Country
Daniel Paredes Zempual, Universidad Estatal de Sonora
Luz Stella Pemberthy Gallo, Universidad del Cauca
Eloisa Perez, MacEwan University
Adrialy Perez, Universidad Estatal de Sonora
Iñaki Perriáñez, Universidad del País Vasco (Spain)
Hector Priego Huertas, Universidad De Colima
Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Universidad De Colima
Oscar Bernardo Reyes Real, Universidad de Colima
Carmen Rios, Universidad del Este
Juan Carlos Robledo Fernández, Universidad EAFIT-Medellin/Universidad Tecnológica de Bolivar-Cartagena
Natalia G. Romero Vivar, Universidad Estatal de Sonora
Humberto Rosso, Universidad Mayor de San Andres
José Gabriel Ruiz Andrade, Universidad Autónoma de Baja California-México
Antonio Salas, Universidad Autonoma De Chihuahua
Claudia Nora Salcido, Facultad de Economía Contaduría y Administración Universidad Juarez del Estado de Durango
Juan Manuel San Martín Reyna, Universidad Autónoma de Tamaulipas-México
Francisco Sanches Tomé, Instituto Politécnico da Guarda
Celsa G. Sánchez, CETYS Universidad

Edelmira Sánchez, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Deycy Janeth Sánchez Preciado, Universidad del Cauca
María Cristina Sánchez Romero, Instituto Tecnológico de Orizaba
María Dolores Sánchez-Fernández, Universidade da Coruña
Luis Eduardo Sandoval Garrido, Universidad Militar de Nueva Granada
Pol Santandreu i Gràcia, Universitat de Barcelona, Santandreu Consultors
Victor Gustavo Sarasqueta, Universidad Argentina de la Empresa UADE
Jaime Andrés Sarmiento Espinel, Universidad Militar de Nueva Granada
Jesus Otoniel Sosa Rodriguez, Universidad De Colima
Adriana Patricia Soto Aguilar, Benemerita Universidad Autonoma De Puebla
Edith Georgina Surdez Pérez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Jesus María Martín Terán Terán Gastélum, Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora
Maria De La Paz Toldos Romero, Tecnológico De Monterrey, Campus Guadalajara
Alejandro Torres Mussatto, Senado de la Republica; Universidad de Valparaíso
Abraham Vásquez Cruz, Universidad Veracruzana
Rosalva Diamantina Vásquez Mireles, Universidad Autónoma de Coahuila
Angel Wilhelm Vazquez, Universidad Autonoma Del Estado De Morelos
Lorena Vélez García, Universidad Autónoma de Baja California
Alejandro Villafañez Zamudio, Instituto Tecnológico de Matamoros
Hector Rosendo Villanueva Zamora, Universidad Mesoamericana
Oskar Villarreal Larrinaga, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Delimiro Alberto Visbal Cadavid, Universidad del Magdalena

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for their much appreciated contribution as reviewers.

Hisham Abdelbaki, University of Mansoura - Egypt
Isaac Oluwajoba Aberejo, Obafemi Awolowo University
Naser Abughazaleh, Gulf University for Science and Technology
Nsiah Acheampong, University of Phoenix
Iyabo Adeoye, National Horticultural Research Institute-Nigeria.
Michael Adusei, Kwame Nkrumah University of Science & Tech.
Mohd Ajlouni, Yarmouk University
Sylvester Akinbuli, University of Lagos
Anthony Akinlo, Obafemi Awolowo University
Efiong Akwaowo, Ashford University
Yousuf Al-Busaidi, Sultan Qaboos University
Khaled Aljaaidi, Universiti Utara Malaysia
Alawiya Allui, Prince Sultan University
Hussein Al-Tamimi, University of Sharjah
Paulo Alves, CMVM, ISCAL and Lusofona University
Ghazi Al-weshah, Albalqa Applied University
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Samar Baqer, Kuwait University College
Nagib Bayoud, Tripoli University
Ahmet Bayraktar, Rutgers University
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Daniel Boylan, Widener University
Kyle Brink, Western Michigan University
Giovanni Bronzetti, University of Calabria
Priyashni Chand, University of the South Pacific
Surya Chelikani, Quinnipiac University
Wan-Ju Chen, Diwan College of Management
Yahn-shir Chen, National Yunlin University of Science and Technology, Taiwan
Bea Chiang, The College of New Jersey
Shih Yung Chou, University of the Incarnate Word
Te-kuang Chou, Southern Taiwan University
Monica Clavel San Emeterio, University of La Rioja
Caryn Coatney, University of Southern Queensland
Iyanna College of Business Administration,
Michael Conyette, Okanagan College
Huang Department of Accounting, Economics & Finance,
Rajni Devi, The University of the South Pacific
Mahmoud Elgamal, College of Business Administration - Kuwait University
Prince Ellis, Argosy University
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Ernesto Escobedo, Business Offices of Dr. Escobedo
Zaifeng Fan, University of Wisconsin whitewater
Perrine Ferauge, University of Mons
Olga Ferraro, University of Calabria
Carmen Galve-Górriz, Universidad de Zaragoza
Blanca Rosa Garcia Rivera, Univ. Autónoma De Baja California
Peter Geczy, AIST
Lucia Gibilaro, University of Bergamo
Carlos Alberto González Camargo, Universidad Jorge Tadeo Lozano
Hector Alfonso Gonzalez Guerra, Universidad Autonoma de Coahuila
Hongtao Guo, Salem State University
Danyelle Guyatt, University of Bath
Peter Harris, New York Institute of Technology
Zulkifli Hasan, Islamic University College of Malaysia
Shahriar Hasan, Thompson Rivers University
Fariza Hashim, Prince Sultan University
Peng He, Investment Technology Group
Niall Hegarty, St. Johns University
Jorge Hernandez Palomino, Universidad Autónoma de Mexico
Azucena Leticia Herrera Aguado, Universidad Tecnológica de Puebla
Claudia Soledad Herrera Oliva, Universidad Autónoma de Baja California
Paulin Houanye, University of International Business and Education, School of Law
Daniel Hsiao, University of Minnesota Duluth
Xiaochu Hu, School of Public Policy, George Mason University
Qianyun Huang, City University of New York - Queens College
Jui-ying Hung, Chatoyang University of Technology
Fazeena Hussain, University of the South Pacific
Stoyu Ivanov, San Jose State University
Shilpa Iyanna, Abu Dhabi University
Sakshi Jain, University of Delhi
Raja Saquib Yusaf Janjua, CIIT
Yu Junye, Louisiana State University
Tejendra N. Kalia, Worcester State College
Gary Keller, Eastern Oregon University
Ann Galligan Kelley, Providence College
Ann Kelley, Providence college
Ifraz Khan, University of the South Pacific
Halil Kiyamaz, Rollins College
Susan Kowalewski, DYouville College
Jan Kruger, Unisa School for Business Leadership
Christopher B. Kummer, Webster University-Vienna
Mei-Mei Kuo, JinWen University of Science & Technology
Miguel Ángel Latorre Guillem, Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir"
John Ledgerwood, Embry-Riddle Aeronautical University
Yen-hsien Lee, Department of Finance, Chung Yuan Christian University
Yingchou Lin, Missouri University of Science and Technology
Shulin Lin, Hsiuping University of Science and Technology
Lynda Livingston, University of Puget Sound
Melissa Lotter, Tshwane University of Technology
Xin (Robert) Luo, Virginia State University
Eduardo Macias-negrete, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Firuza Madrakhimova, University of North America
Abeer Mahrous, Cairo university
Tshepiso Makara, University of Botswana
Ioannis Makedos, University of Macedonia
Gladys Marquez-Navarro, Saint Louis University
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Univ. Autónoma de Tamaulipas
Mario Jordi Maura, University of Puerto Rico
Francisco Jose May Hernandez, Universidad del Caribe

Aurora Irma Maynez Guaderrama, Universidad Autonoma de Ciudad Juarez
Romilda Mazzotta, University of Calabria
Mary Beth McCabe, National University
Linda Margarita Medina Herrera, Tecnológico de Monterrey. Campus Ciudad de México
Marco Mele, Unint University
Gulser Meric, Rowan University
Avi Messica, Holon Institute of Technology
Scott Miller, Pepperdine University
Cameron Montgomery, Delta State University
Oscar Javier Montiel Mendez, Univ. Autonoma De Ciudad Juarez
Cleamon Moorner, Madonna University
Sandip Mukherji, Howard University
Tony Mutsue, Iowa Wesleyan College
Ertambang Nahartyo, UGM
Linda Naimi, Purdue University
Arezo Nakhaei, Massey University
Cheedradevi Narayanasamy, Graduate School of Business, National University of Malaysia
Erwin Eduardo Navarrete Andrade, Universidad Central de Chile
Gloria Alicia Nieves Bernal, Universidad Autónoma del Estado de Baja California
Erica Okere, Education Management Corp
Dennis Olson, Thompson Rivers University
Godwin Onyeaso, Shorter University
Ramona Orastean, Lucian Blaga University of Sibiu-Romania
Vera Palea, University of Turin
Julian Pando, University of the Basque Country
Dawn H. Percy, Eastern Michigan University
Eloisa Perez, MacEwan University
Iñaki Periañez, Universidad del Pais Vasco (Spain)
Pina Puntillo, University of Calabria (Italy)
Rahim Quazi, Prairie View A&M University
Anitha Ramachander, New Horizon College of Engineering
Charles Rambo, University of Nairobi, Kenya
Prena Rani, University of the South Pacific
Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Universidad De Colima
Kathleen Reddick, College of St. Elizabeth
Maurizio Rija, University of Calabria.
Carmen Rios, Universidad del Este
Fabrizio Rossi, University of Cassino and Southern Lazio
Matthew T. Royle, Valdosta State University
Rafiu Oyesola Salawu, Obafemi Awolowo University
Paul Allen Salisbury, York College, City University of New York
Leire San Jose, University of Basque Country
Celsa G. Sánchez, CETYS Universidad
I Putu Sugiarta Sanjaya, Atma Jaya Yogyakarta University, Indonesia
Sunando Sengupta, Bowie State University
Brian W. Sloboda, University of Phoenix
Adriana Patricia Soto Aguilar, Universidad Autonoma De Puebla
Smita Mayuresh Sovani, Pune University
Alexandru Stancu, University of Geneva and IATA
Jiří Strouhal, University of Economics-Prague
Vichet Sum, University of Maryland -- Eastern Shore
Qian Sun, Kutztown University
Diah Suryaningrum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim
Andree Swanson, Forbes School of Business & Technology, Ashford University
James Tanoos, Saint Mary-of-the-Woods College
Ranjini Thaver, Stetson University
Jeannemarie Thorpe, Southern NH University
Alejandro Torres Mussatto, Senado de la Republica; Universidad de Valparaíso
Jorge Torres-Zorrilla, Pontificia Universidad Católica del Perú
William Trainor, East Tennessee State University
Md Hamid Uddin, University Of Sharjah
Intiyas Utami, Satya Wacana Christian University
Ozge Uygur, Rowan University
Vijay Vishwakarma, St. Francis Xavier University
Julian Vulliez, University of Phoenix
Richard Zhe Wang, Eastern Illinois University
Ya-fang Wang, Providence University
Jon Webber, University of Phoenix
Jason West, Griffith University
Wannapa Wichitchanya, Burapha University
Veronda Willis, The University of Texas at San Antonio
Amy Yeo, Tunku Abdul Rahman College
Bingqing Yin, University of Kansas
Paula Zobisch, Forbes School of Business, Ashford University

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

Trabajos de investigación teóricos, empíricos o aplicados en administración de empresas, finanzas, economía, contabilidad, gerencia, turismo, mercadeo, estadísticas, producción, sistemas de información, derecho laboral, planeamiento estratégico, política empresarial, teoría monetaria, comercio internacional, derecho comercial, temas en educación superior, avances en técnicas de educación y apoyo didáctico, acreditación o certificación, promoción y desarrollo académico, administración pública y disciplinas afines.

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

Investigadoras(es) pueden enviar su trabajo de investigación en forma directa. Visite nuestro sitio: TheIBFR.com/RIAF.htm para enviar su trabajo. Nombre su archivo apellido-DS.doc (ejemplo garcía-DS.doc). El archivo puede estar en MS Word.

IDIOMA

Revista Internacional Administración & Finance esta diseñada para aquellos trabajo escrito en el idioma español. Si su investigación esta escrita en el idioma ingles visite nuestro sitio www.theibfr.com/journal.htm para información sobre tipo de journal, temática y requisitos.

PROCESO DE REVISIÓN

Todo trabajo de investigación enviado para consideración es sujeto a un *blind-review process*. La revisión inicial oscila entre 100 y 120 días. Si el autor necesita su revisión rápida, el IBFR ofrece un proceso de Revisión Expedita. En nuestro sitio encontrará información sobre este proceso expedito.

Al enviar su manuscrito para consideración en nuestros Journals o Revistas, el autor garantiza que el trabajo sometido es original, no ha sido sometido para consideración o publicado en otra revista, journal, o ha sido publica en su totalidad o en forma parcial en un revista, journal, compendio o memorias.

COSTO DE PUBLICACIÓN

Trabajos de investigación aceptados para publicación debe de cubrir el costo de publicación por página. En nuestro sitio web www.THEIBFR.org encontrará los detalles.

SUBSCRIPCION

Información detallada sobre el proceso de subscripción a nuestras revista esta disponible en nuestro sitio web: www.THEIBFR.org.

COMO CONTACTARNOS

Mercedes Jalbert, Managing Editor
Revista Internacional Administracion & Finanzas
The IBFR
P.O. Box 4908
Hilo, HI 96720
editor@theIBFR.com

WEBSITE

www.theIBFR.org, www,theIBFR.com

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE STUDIES

Review of Business & Finance Studies

Review of Business & Finance Studies (ISSN: 2150-3338 print and 2156-8081 online) publishes high-quality studies in all areas of business, finance and related fields. Empirical, and theoretical papers as well as case studies are welcome. Cases can be based on real-world or hypothetical situations.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

Business Education & Accreditation publishes high-quality articles in all areas of business education, curriculum, educational methods, educational administration, advances in educational technology and accreditation. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

Accounting and Taxation (AT) publishes high-quality articles in all areas of accounting, auditing, taxation and related areas. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

REVISTA GLOBAL de NEGOCIOS

Revista Global de Negocios

Revista Global de Negocios (RGN), a Spanish language Journal, publishes high-quality articles in all areas of business. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.
