

Innovación Mercadológica Universitaria: alternativa creativa para el desarrollo social del Sur de Mérida en un contexto neoliberal

ROSSANA ALEJANDRA RODRÍGUEZ LÓPEZ¹

*GUSTAVO BARREDO BAQUEIRO**

*VALENTÍN ALONSO NOVELO***

RESUMEN

La adopción del neoliberalismo ha generado desequilibrios económicos resultado de la sobreexplotación laboral. El modelo transformó sociedad y contexto, cuestionando los procesos económicos, educativos, interacciones sociales, etc. reduciendo el compromiso de los habitantes respecto a su desarrollo social. Yucatán no es excepción, pues a pesar de los programas contra la pobreza y/o desempleo, no se ha logrado establecer el contexto adecuado que impulse emprendimientos en beneficio de jóvenes. Es así como la UADY, en sus acciones de Responsabilidad Social Universitaria, interactúa con la comunidad mejorando la competitiva través de la investigación acción por jóvenes estudiantes, desarrollando innovaciones para micro emprendimientos del sector alimentos procesados. El objetivo de la ponencia es mostrar avances de la investigación con metodología mixta en zonas marginadas de Mérida, respecto al contexto vivido por emprendedoras quienes asesoradas por estudiantes, transforman de manera creativa los productos e identifican segmentos de mercado que impulsen su competitividad local.

Palabras Claves: Neoliberalismo, Responsabilidad Social Universitaria, Innovación, competitividad, Desarrollo social

ABSTRACT

The adoption of neoliberalism has generated economic imbalances result of labor exploitation. The model transformed the society and context, questioning the economic, educational, social interactions, processes, etc. reducing the commitment of the people regarding their social development. Yucatan is no exception, despite the poverty programs and / or unemployment, has not been able to establish the proper context that encourages enterprises to benefit youth. Thus UADY in their actions University Social Responsibility, interacts with the community through improving the competitive action research by young students, making innovations to enterprises of the processed food sector. The aim of the paper is to show progress of the joint research in

¹ **Universidad Autónoma de Yucatán. Facultad de Contaduría y Administración.

marginalized areas of Merida, to the context experienced by entrepreneurs who counseled by students, creatively transform products and identify new market segments to boost local competitiveness.

Keywords: Neoliberalism, University Social Responsibility, innovation, competitiveness, social development.

INTRODUCCIÓN

El neoliberalismo fue modelo innovador en su momento, caracterizado por ser una restauración del capitalismo liberal, el cual se había estancado en los años 30's por motivo de la gran crisis norteamericana; así como por la imposibilidad e indeseabilidad del pleno empleo; la realización de reformas estructurales del mercado laboral como estrategia para combatir el desempleo, causado este último por la rigidez en el mercado laboral; las políticas públicas sobre salarios mínimos, la protección al empleo mediante subsidios o sindicatos con acciones dirigidas a establecer niveles en salarios o condicionar la fuerza de trabajo. Socioeconómicamente en México, como en muchos países en Latinoamérica, predominaba un retroceso en el crecimiento del producto interno bruto, una contracción en las oportunidades laborales, así como en el poder adquisitivo, debido a una disminución en los salarios reales frente a espirales inflacionarias

En forma similar en el sector empresarial se generó la quiebra de muchas empresas, ocasionando despidos masivos que incrementaron los niveles de desempleo en los países fragmentando la economía e impulsando la creación tanto de microempresas como de micro emprendimientos como autoempleo, los cuales de acuerdo a Cardozo (2006) se conciben como una Unidad Productivas de Pequeña Escala (UPPE) diferente por lo tanto con el concepto de microempresa.

El autoempleo ó micro emprendimiento, de acuerdo a Benito y Esteban (2009:5) se describe como la constitución y mantenimiento de empresas de pequeña dimensión, como alternativa de autoempleo, pero con riesgo inherente. Sus características se encuentra: la actividad de carácter local; adaptación al entorno en mercados, recursos financieros propios o familiares; pequeña dimensión empresarial y propiedad individual o asociativa. Los micro emprendimientos, sobre todo los de tipo social, surgen de manera reactiva y permanecen por la necesidad económica de a quien los realiza; sin embargo la ineficiencia de la actividad comercial ó de gestión, la mercadotecnia, calidad, etc. presentan carencias por la falta de capacitación o de conocimiento técnico, que los oriente en sus acciones o decisiones.

Por ello, la Universidad Autónoma de Yucatán en el cumplimiento de sus responsabilidad social universitaria con una formación integral de sus egresados, ha establecido un programa denominado

"Juventud y Sociedad", el cuál realiza diversidad de actividades e investigaciones llevadas a cabo por maestros, estudiantes y colaboradores, con el fin de mejorar la calidad de vida en comunidades marginadas del sur de la ciudad de Mérida, mejorando sus prácticas comerciales y con ello su competitividad. Estas acciones comerciales e incipientes, representan la supervivencia de familias marginadas, pero no son aprovechadas al máximo, por la ausencia de conocimiento técnico y comercial; es ahí en donde tanto la investigación acción como la vinculación de jóvenes universitario e investigadores adquiere relevancia pues a través de actividades creativas, derivadas del paradigma economía creativa, se lucha por que sus productos adquieran un lugar en la mente de los consumidores dentro de su mercado local.

El origen de la economía creativa surge con las antiguas tradiciones de trabajo, culturales e industrial, sin embargo con el avance tecnológico, elaboración, decoración y representación empezaron a dialogar con un rango mayor de actividades productivas modernas como el diseño de ropa, diseño gráfico, medios de imágenes en movimiento y publicidad. Es decir a diferencia de la era industrial en la cual la competitividad está basada en el dinero o capitales, en el siglo XXI el éxito depende del talento y la creatividad. En los países considerados potencias como Estados Unidos y Reino Unido, la inversión en bienes intangibles tales como recursos humanos, bases de datos, procesos y tecnologías, supera la inversión en activos materiales. Howkins. (citado por Newbihim, 2010: 8) expresa que *“la gente que tiene ideas es ahora más poderosa que la gente que trabaja las máquinas y, en muchos casos, que los dueños de las mismas”*.

De la economía creativa se derivan múltiples actividades, las cuales tienen como elemento principal la creatividad, estas últimas se piensa que son utilizadas, entre otras muchas cosas, en relaciones socio-institucionales, (Universidad con la comunidad) para: impulsar la creación de espacios y equipamientos empresariales; proporcionar mediante Agentes y Actores, definidos por Ginés (citado por Calvo y Lerma, 2009) como Agente, aquella persona que tiene la capacidad de actuar por o para alguien; y actores deben ser los que verdaderamente actúen, protagonizando el desarrollo local. (9). Dichos agentes pueden desarrollar múltiples funciones, y una de ellas son realizar actividades de Análisis, diagnósticos o planificación empresarial, avocarse a proporcionar Asesoramiento Técnico, Investigación y desarrollo, Investigación de Mercados y Promoción, estas dos últimas actividades creativas ligadas con la mercadotecnia, actividad funcional vital para la competitividad en los emprendimientos y las MiPymes. Entre las múltiples estrategias de esta actividad social y administrativa, se encuentra el marketing con causa, a través de la cual se puede fomentar el desarrollo de una comunidad, crear e impulsar una imagen empresarial, así como influir

positivamente en la decisión de compra de sus consumidores e impulsar el ejercicio colectivo de la responsabilidad social.

En vista de lo anteriormente planteado, a continuación se pretende presentar una ponencia en la modalidad de investigación en proceso, ya que el proyecto consta de tres etapas. Entre los objetivos específicos del proyecto se encuentra: el analizar el contexto experimentado por los jóvenes emprendedores y jóvenes involucrados en microempresas de la comunidad de San Luis sur Dzununcan y San Antonio Xluch III, describiendo contexto, así como sus retos y problemáticas; y por otro lado se analizará el impacto de la innovación y transformación mercadológica como opción competitiva como opción competitiva para los jóvenes emprendedores. En la investigación en su primera etapa descriptiva, pretende contestar las siguientes preguntas:

Derivado del diagnóstico institucional, ¿Cuáles son las necesidades apremiantes de los casos en estudio que se convierten en fuerzas de impulso para el sujeto en estudio en su decisión de emprender?

Sus actividades, ¿ pueden considerarse micro emprendimientos o microempresas?

¿Qué factores endógenos y exógenos fungen como fuerza de resistencia e impulso al cambio?

¿Cuáles han sido las problemáticas enfrentadas y que estrategias han surgido para solucionarlas?

¿Cuáles son los retos actuales que limitan su avance?

¿Cuáles han sido las acciones creativas e innovadoras en sus decisiones o acciones hasta el momento?

Todo esto a través de una metodología mixta, utilizando como herramientas a la investigación acción, en donde jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales de la FCA UADY establecieron una vinculación de la materia de mercados nacionales con las necesidades existentes en la zona sur de Mérida; a continuación se identificaron en el 2013 las problemáticas existentes en los emprendimientos y microempresas encontrados en la comunidad en estudio; se desarrollaron adecuaciones a los productos e identificaron oportunidades de negocios para los mismos, mediante la descripción de segmentos de mercado y canales de distribución para llegar a ellos. De lo anterior se diseñaron estrategias de mercadotecnia adecuadas al caso, e inclusive participaron en una feria temática institucional, junto con algunos microempresarios de la comunidad.

MARCO TEÓRICO

Neoliberalismo y sus efectos.

Desde tiempos ancestrales, las diversas civilizaciones occidentales han tenido que superar múltiples desafíos planteados por su contexto, que dan origen a las características de los lenguajes predominantes en la mente del ser humano, y que mueven tanto su pensamiento como las acciones en su tiempo. Dichas acciones generan el desarrollo diversos contextos y dentro de éstos movimientos sociales y políticos se establecieron las características de los modelos económicos predominantes en su tiempo. Han existido siglos en donde el pensamiento y las acciones son determinadas por un pensamiento teológico, el cual influía en forma determinante en la manera de solventar sus necesidades cotidianas, siendo poco relevante el tiempo, ya que se pensaba en la inmortalidad y la atemporalidad; Posteriormente en el siglo XIX se luchaba por una consolidación de Estado Nación y es durante el siglo XX, el momento histórico estuvo caracterizado por la superación de crisis, y el lenguaje predominante estuvo basado en aspectos económicos primordialmente. Y fue durante las últimas 3 décadas de este tiempo que surge el Neoliberalismo como propuesta alternativa para superar los retos o desafíos de las sociedad occidental. Se intentaba plantear como la forma de alcanzar el bienestar de todos los que sigan su propuesta basada en una trinidad: la dependencia económica mundial o globalización; sin embargo, el crecimiento económico y libre comercio, finalmente termina en espejismo (Max-Neef, 2005).

En su momento histórico dicho modelo fue considerado innovador, caracterizado por ser una restauración del capitalismo liberal, el cual se había estancado en los años 30's por motivo de la gran crisis norteamericana. Entre sus características se pueden encontrar la imposibilidad y la indeseabilidad del pleno empleo. (Rodríguez, Barredo y Alonso, 2014).

En México, durante la década de los ochentas se adopta dicho modelo caracterizado por una disminución drástica en la intervención del Estado en la económica nacional; la influencia de "los mercados" en las decisiones económicas, inversión, así como en producción; privatización y flujos financieros al exterior, lo que dio origen a severas consecuencias en la economía interna del país, derivadas de reducciones salariales, incremento de desempleo, y espirales inflacionarias que detonaron una transformación compleja en la microeconomía de los mexicanos, con efectos adversos permanentes hasta nuestros días.

La disminución ininterrumpida en los niveles de salarios, deterioro la alimentación y el desconocimiento de la educación pero sol el desaprovechamiento del potencial de la población con

capacidad laboral, ha condenando a muchos mexicanos a "inventar ocupaciones" o emprender microempresas en forma reactiva, con el fin de apoyar a la economía e incluso por sobrevivencia familiar, incorporándose a la economía de manera informal o estar en pobreza extrema. De acuerdo a Lagarde (citado por González y Vargas, 2014) la pobreza en México, afecta a cinco de cada diez habitantes.

Es así como el modelo económico del neoliberalismo surge dentro de la corriente postmodernista planteando una serie de configuraciones y modificaciones de naturaleza socioeconómica, cultural y política, cuestionando las estructuras e instituciones, interacciones sociales, proveeduría de bienes y servicios, así como los procesos educativos, entendiendo estos últimos como los conocimientos adquiridos tanto en las instituciones educativas, como en las formas y procesos culturales, la sociedad civil y medios de comunicación, mediante el intercambio de información, lo que transformó la forma de percibir la vida, o el entendimiento del mundo pero sobre todo, redujo el compromiso de los habitantes, sobre todo de los jóvenes, para la construcción de mejores condiciones de vida en su contexto local (Rodríguez, 2005).

En lo que respecta a la capital del Estado de Yucatán, este desinterés puede observarse ya que a pesar de existir programas derivados de políticas públicas para abatir la pobreza y/o desempleo, sobre todo en el segmento de la población joven, no suelen ser efectivos, ya que no se ha logrado establecer el contexto adecuado para generar proyectos o impulsar empresas que absorban la mano de obra joven incluso la universitaria, afectando sobre todo a los habitantes de zonas marginadas urbanas situadas en Mérida. La integración de los habitantes de esas zonas, están conformada por migrantes del sur del estado, así como población recibida de los estados de la península de Yucatán, así como de Tabasco, Chiapas y Veracruz, las cuales encuentran dificultad en la convivencia y enfrentan en su conjunto una baja calidad de vida. (Guzmán, 2013)

Los gobiernos y entidades educativas como la Universidad Autónoma de Yucatán, con el fin de enfrentar las consecuencias del modelo neoliberal, han puesto en marcha iniciativas para fomentar en dicha población, el autoempleo o micro emprendimientos que les ayuden a subsistir.

A través del tiempo, las autoridades federales y estatales han intentado conocer la problemática, fragmentando el fenómeno, lo que de acuerdo a Max-Neef (citado por Bejarano, 2005) genera percibir la realidad incompleta y no proporcionar soluciones eficientes para transformar, así como mejorar dicha realidad.

Dentro de esta realidad se encuentra el hecho de que los habitantes de San Luis Sur Dzununcan y San Antonio X'luch III en Mérida desarrollan emprendimientos como opción de autoempleo, pero la falta de recursos financieros, falta de infraestructura, transporte y de conocimientos administrativos, no les permite realizar acciones que les permita ser competitivos, aun en su área local.

De ahí surge la propuesta de la Universidad Autónoma de Yucatán, de generar un programa multidisciplinario denominado Juventud y Sociedad que tiene, entre sus propósitos comprender el contexto y generar de propuestas de cambio ad hoc, a través del diálogo con la comunidad en estudio, utilizando la investigación acción, vinculación, voluntariado e intervención en las comunidades mencionadas, con el objetivo de encontrar en forma interdisciplinaria propuestas que ayuden a incrementar su calidad de vida. Todo esto como parte de las acciones de la institución en búsqueda de su trascendencia social, entendiéndose ésta como la capacidad de lograr cambios significativos y duraderos del conocimiento, habilidades, concepciones del mundo, valores y formas de vida práctica de los habitantes de la región en que se desenvuelven (Dájer, 2014).

Responsabilidad Social Universitaria y desarrollo social.

El Plan de Desarrollo Institucional 2010-2020 de la UADY enfatiza, la importancia del trabajo colegiado e interdisciplinario al proponer una visión integral y aplicativa; así como, la participación y responsabilidad social universitaria mediante la integración de sus funciones al promover el aprendizaje basado en proyectos sociales fundamentados principalmente en investigaciones de carácter aplicado.

Este último concepto, de acuerdo a Martínez-Pichardo, P. y Hernández-Oliva (2013) la Responsabilidad Social Universitaria o RSU, surge como una evolución del fin último para el cual fue creada dicha institución u organización y para entenderla es necesario recordar el origen.

Durante el siglo XXI el pensamiento para explicar el concepto de Universidad y su razón se transforma en una enseñanza relacionada con materias sobre la profesión y no conocimientos culturales o filosóficos, posteriormente recobró la esencia de la enseñanza humanística, explicando el significado de la vida, para construir integralmente la personalidad de los universitarios. Ortega y Gasset subrayaba que el conocimiento fragmentado no debe ser propio de la universidad, sino una llamada de alerta para la visualización de los requerimientos de una sociedad pública, exige la justificación de su existencia, reconociendo su Responsabilidad Social Universitaria (RSU).

Este último concepto se deriva de la Responsabilidad Social Empresarial, la que tiene su primera definición en el en El libro verde de la Unión Europea, que la definía como sigue: *Un concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente.*

De acuerdo a François Vallaey (citado por Egozcue, Adámoli, Bado, Zapata y Andrada, 2014), la RS tiene la finalidad de conservar la sostenibilidad de la sociedad humana, no solo el “cuidado de la naturaleza”, sino en el sentido amplio de una justicia presente y futura rechazando que el bienestar de los unos se pague con el malestar de los otros.

Por otro lado, de acuerdo a Gallardos y Sánchez (2013) las empresas que implementan acciones socialmente responsables, consiguen ser competitivas en sus mercados. Dichos autores anteriores, citando a Fernandez-Kranz y Santaló, explican que sobre todo en el ámbito micro empresarial, la aplicación de acciones de RS y la innovación generan una mejora organizacional, entendiendo ésta como una relación más positiva con los clientes, incremento del posicionamiento y posibilidad de obtener recursos para su financiamiento contribuyendo con la obtención de el éxito competitivo integral y no solo monetario. Incluso subrayan que existe evidencia de que las organizaciones con RS, tienden a aplicar más la innovación. Tomando en cuenta lo anterior Gallardo y Sánchez consideran que la innovación ejerce un papel de mediación entre la RSE y el éxito competitivo. Mencionan que las microempresas deben incluir acciones de RS en sus estrategias para incrementar su competitividad, debido a que en tiempo de crisis, las grandes empresas son cuestionadas por su falta de responsabilidad.

Vallaey (2009) igualmente propuso una nueva definición sobre *la RSU* como *"la política de calidad ética del desempeño de la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y personal administrativo) a través de la gestión responsable de los impactos educativos, cognitivos, laborales, sociales y ambientales que la Universidad genera, en un diálogo participativo con la sociedad para promover el desarrollo humano sostenible"*.

De acuerdo a De la Cruz y Valey (2013) la universidad debe ser una organización que se piense, investigue y aprenda de sí misma para el bien de la sociedad, identificando los impactos positivos y reconociendo impactos negativos. Logrando erradicar o disminuir los impactos negativos, nos da la posibilidad de desarrollar indicadores de *cambio y transformación*, entendiendo como *cambio* el resultado de una variación en la macro estructura global de una organización ó *la capacidad de adaptación de las organizaciones a las diferentes transformaciones que sufra el medio ambiente interno o externo, mediante el aprendizaje. Otra definición sería: "el conjunto de variaciones de*

orden estructural que sufren las organizaciones y que se traducen en un nuevo comportamiento organizacional.(párrafo 4), (González, 2011); y la transformación, de acuerdo a Calderón, Cuartas y Álvarez (2008) describen que el concepto se entiende como un fenómeno constante que ejerce una influencia sobre la organización en forma holística, cambiando la esencia de la misma, su filosofía, comportamiento, así como sus estrategias y tácticas para funcionar. Los impactos antes mencionados pueden tener dos divisiones: Impactos Tipo 1. Una naturaleza endógena o interna y pueden clasificarse en: a) ambientales; y b) el impacto laboral c) Los de impacto social. Impactos Tipo2. Una RSU viene del segundo eje de impactos, específicamente universitario, el cual tiene naturaleza académico. (Egozcue et al. 2014).

En vías de esta transformación, las autoridades universitarias del Campus de Ciencias Socioeconómico Administrativas y de Humanidades propusieron, en 2011, desarrollo de un programa multidisciplinario de investigación, intervención y praxis comunitaria denominado "Juventud y Sociedad (UADY, 2013). En comunidades que ya habían sido sujetas de apoyos sociales de origen gubernamental, pero que continuaban viviendo en pobreza y marginación. Esto podría explicarse con la teoría de Max Neef, el cual plantea que abordar un fenómeno social requiere más que conocerlo, entenderlo, y el entendimiento de problemáticas sociales solo puede lograrse a través de la vivencia y una comprensión de la situación de manera holística. De ahí la intensión de un trabajo colaborativo multidisciplinario y vivencial con el fin de su comprensión más certera (Bejarano, 2005).

A partir del diagnóstico de la comunidad en estudio entre 2012 y 2013, se buscaba ahondar en el conocimiento de la zona, particularmente en lo que a jóvenes y familias se refiere; Dentro de esta investigación la Facultad de Contaduría y Administración de la UADY desarrolló propuestas que incidieran en problemáticas derivadas de la baja calidad de vida identificada en el diagnóstico inicial a la comunidad. Adicionalmente la realidad compleja predominante en las familias de la comunidad, ha creado en su contexto habitantes con un estado de desinterés por mejorar, así como desvalorización de su autoestima, llevándolas a permanecer indiferentes ante la oportunidad de otorgar una solución a sus problemas. De ahí la importancia de la participación de jóvenes estudiantes, catedráticos e investigadores con la disposición no solo de conocer parcialmente una problemática, sino involucrarse con la comunidad. Las propuestas de innovación en mercadotecnia están basadas en el paradigma de economía creativa, la cual está permitiendo que a través del uso de la creatividad y la tecnología logren promocionarse y comenzar a tener un lugar en su mercado local.

Se elige la metodología investigación acción, ya que de acuerdo con Bausela (1995) citando a Kemmis y MacTaggart, esta se considera una metodología de investigación orientada hacia el cambio educativo así como de transformación del entorno, caracterizada por procesos que se estructuran desde y para la práctica, procurando mejorar la realidad a través de su transformación, al mismo tiempo que procura la comprensión, exigiendo una participación de los individuos en la mejora de sus propias prácticas.

Economía Creativa, innovación y competitividad.

De acuerdo a Rodríguez y Jiménez, (2010) la economía y la cadena de valor neoliberal, se caracterizó tanto por el desarrollo de corporaciones integradas verticalmente que requiere de mayores inversiones en infraestructura, capacidad logística, e Investigación y desarrollo para generar innovación radical o incremental. Lo anterior impidió y continua impidiendo que emprendimientos o microempresas participen en la dinámica comercial compleja y cambiante; incluso el contexto neoliberal ocasionaba que dichos emprendimientos y micro negocios se catalogaran con de alto riesgo financiero, llevándolas en su mayoría a tener un gran porcentaje de mortandad empresarial (Rueda, 1997).

Lo anterior, más otros factores restrictivos dentro del contexto mexicano, afectan la competitividad de las microempresas tales como la falta de infraestructura operativa, desconocimiento de herramientas administrativas, falta de financiamiento para los negocios, incipiente o nula capacitación, desconocimientos de normatividades y obligaciones con las autoridades, desconocimiento del funcionamiento del mercado así como de su competencia, y sobre todo ausencia de una cultura empresarial, así como de conocimientos estratégicos para llevar a cabo sus negocios y mantenerse en el mercado altamente agresivo. Dentro de cada clasificación existen factores que funcionan como impulsores o resistencias al cambio, así como para el logro de una transformación (Messner, 2010), por lo que para lograr el éxito en sus objetivos, es relevante que exista una competitividad empresarial sistémica. Porter (citado por Benítez, 2012) explica la competitividad empresarial enfatizando la existencia de factores vinculados con el entorno general incorporados en el “diamante de Porter”, en donde el factor relevante gobierno y sus políticas adquiere una característica de fuerza de impulso, obteniendo un resultado benéfico si y solo si se consigue crear una interacción con los demás elementos del diamante. Por lo tanto, los líderes de las empresas o quien se autoempleo debe superar una serie de retos para mantenerse en el mercado de manera eficiente como resultado de la interrelación de los emprendimientos o empresas con los factores, proveedores, clientes, gobierno, el azar, etc. (Rodríguez, Alonso y Meneses, 2014)

En el caso de los emprendimientos y microempresas sociales, el impacto es mucho mayor, ya que a los impulsores y resistencias existentes en el contexto, se suma una carga social y cultural adversa, heredada por el modelo económico neoliberal, tal como violencia, desintegración familiar; inseguridad y aumento en las dependencias de la población a múltiples drogas, tanto legalizadas como no legalizadas, dando como resultado que los habitantes de zonas marginadas en las urbes o en las zonas rurales pierdan el interés por modificar su situación económica, educativa e incluso social, recrudesciendo la baja calidad de vida.

De acuerdo a Caravaca, González y Fernández (2013) un paradigma innovador que presume el logro de una inclusión de emprendimientos o microempresas a los mercados competidos, es la Economía creativa, la cual posee un valor estratégico, contribuyendo a promover un nuevo modelo económico, el desarrollo de ciudades y territorios, así como la generación de empleo e incluso de microempresas y emprendimientos o autoempleos. Sobre este último concepto, Rueda (1997) describe que *...el autoempleo y la creación de microempresas es un refugio para los trabajadores despedidos de las pequeñas, medianas y grandes empresas...y sin embargo a pesar de incremento de microempresas, casi la mitad de estas tienen una corta vida. (44).*

A pesar de esa corta vida es una realidad que en nuestra cotidianeidad el emprendimiento es un motor fundamental del crecimiento y el desarrollo, ya que de acuerdo a economistas como Adam Smith y Joseph Schumpeter (OCDE y Eurostat, 2005), los emprendedores creativos no son consecuencia del desarrollo, sino motores del mismo, transformando ideas en iniciativas rentables. De acuerdo a Cervantes, Ballesteros y Hernandez (2012), Schumpeter como economista introdujo una propuesta de desarrollo económico, basado en dos conceptos de alto impacto: la innovación como causa del desarrollo y el emprendedor innovador como propiciador de los procesos de transformación. Sin embargo para lograrlo dicho desarrollo, el emprendedor requiere contar con talentos enfocados a la explotación de dicha innovación, que le permita desarrollar nuevos productos, canales de distribución, identificación de segmentos y usar la mercadotecnia para realizar de manera eficiente la comunicación con su entorno, y diseñar un mix estratégico adecuado para sus segmentos. Y es ahí donde adquiere importancia cambiar los paradigmas actuales: a) uno de ellos propuesto por el Banco Mundial relacionado con el no enfatizar el apoyo a los micro, pequeñas empresas, sino que se centren en el respaldo a las empresas jóvenes y de nueva creación, mejorando así los programas de impulso a el emprendimiento o MiPyMes (Tendencia, 2014); b) y el otro enfocado a cambiar el modelo neoliberal poco eficiente para estas empresas, por la economía creativa, el cual a través de la utilización de actividades creativas, se logre que emprendimientos, microempresa o PyMes puedan darse a conocer por el medio virtual.

En concordancia a esto, Shapiro (citado por Mathison, Gándara, Primera y García, 2007) define a la innovación como la capacidad de una organización para cambiarse a sí misma en forma eficiente y constante para generar valor, desarrollando ventajas competitivas flexibles a los cambios del entorno y colocándose siempre por delante de la oposición. Sin embargo una problemática frecuente de los emprendedores o microempresarios, es la carencia de conocimientos técnicos administrativos, contables, estratégicos, etc.

MÉTODO

La información que sirve de base para esta ponencia, presenta el avance de un estudio bajo la metodología mixta, tomando como base el paradigma de la Economía Creativa, la cual permite que a diferencia del contexto neoliberal que impide a los emprendimientos, o MiPyMes involucrarse en la actividad comercial. El trabajo de campo se realizó identificando mediante el dialogo con la comunidad y casos existentes las realidades experimentadas por micro emprendedores en su lucha por mejorar su calidad de vida; se analizaron 8 casos específicos, con un enfoque cualitativo inicialmente y en una segunda etapa se establecerán herramientas de tipo cuantitativo que enriquecerán con nuevos hallazgos la investigación.

En la integración de los datos de investigación, se desarrollaron los procedimientos relativos a la investigación acción, identificando necesidades a solucionar en cada caso, y creando propuestas de solución mediante una participación activa y directa de jóvenes universitarios, así como de catedráticos expertos, quienes diseñaron como parte de la primera etapa de investigación, el diseño de estrategias de mercadotecnia y la identificación de nuevos segmentos dentro del contexto de los micro emprendedores u otros; posteriormente se profundiza en la aplicación de entrevistas con preguntas semiestructuradas, para analizar el contexto y problemática vivida por los microemprendedores. En la segunda etapa se identifican los factores que inciden en la vida de los emprendedores y como su contexto determinan el impulso o resistencia al cambio y a una transformación, mediante la intervención de jóvenes universitarios de servicio social que se involucran en la comunidad en estudio.

La metodología seleccionada tiene la limitación, por lo que las conclusiones originadas por las herramientas cualitativas no deben ser generalizables. Los datos fueron procesados bajo el software Atlas.Ti, derivados de una entrevista realizada a micro emprendedores localizados en San Luis sur Dzununcan que realizaban años atrás actividades de elaboración de alimentos procesados, específicamente repostería elaborada de manera incipiente en la comunidad y comercializada en forma reactiva. Bausela (1995) plantea esta forma de investigar identifica los procesos que se

estructuran desde y para la práctica transformando al mismo tiempo que procura la comprensión, exigiendo una participación de los individuos en la mejora de sus propias prácticas.

En una tercera etapa se dará seguimiento a la implantación de las propuestas mercadológicas identificando los cambios y reacciones de los nichos elegidos. En esta etapa se pretende realizar campañas de Marketing con Causa para identificar los impactos en los sujetos de estudio.

RESULTADOS

La Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), como institución pública, ha venido desarrollando proyectos sociales basados en investigación aplicada en los que participen alumnos y maestros en todos sus niveles. Para la aplicación de este programa se seleccionaron dos colonias: San Antonio X'luch III y San Luis Sur Dzununcán, ubicadas en la zona sur de la ciudad de Mérida. Como resultado cuantitativo del diagnóstico con una muestra de 590 domicilios encuestados. A partir de ella se obtuvo información de 2,514 personas, siendo una comunidad joven ya que el grueso de la población está integrada por 1045 menores de 18 años, 1366 tenían entre 18 y 60 años y 94 personas mayores a de 60 años.

Ubicada cerca de poblaciones rurales, haciendas y pueblos en donde, sus habitantes se desempeñaban desde los 80's al cultivo y explotación del henequén, por lo tanto dichas familias eran subsidiadas por Banrural. San Luis Sur Dzununcán, comunidad mas joven que surge cerca del año 2000, familias de matrimonios jóvenes, generalmente con hijos pequeños, quienes no tuvieron que sortear todos los problemas para obtener los servicios básicos a las colonias. a comunidad cuenta con una *característica multi religiosa*, ya que existen una buena cantidad de religiones que han logrado convertir de la religión católica a otras diversas opciones religiosas. Adicionalmente se observó en los resultados que otra característica relevante es la *inmigración* procedentes no sólo de otras entidades del propio estado de Yucatán así como por otros estados de la república mexicana e incluso del extranjero. Como resultado del diagnóstico 356 personas que provenían de otros estados del país. la mayor frecuencia se encuentra en un solo proveedor y cuatro miembros de la familia (217 registros), seguidos de un proveedor con 5 miembros de la familia (199 registros), en tercer lugar entonces un solo proveedor con 3 miembros de la familia (106 registros).

66% de las personas en edad laboral (de 18 a 60 años) trabajan; el 36% se ubica en ocupaciones relativamente estables; es decir, al momento de la encuesta estaba en un empleo formal, mientras que el 64% restante se dedicaban a actividades de auto-empleo, ambulante, empleos informales, servicio doméstico o algún oficio.

El autoempleo en la economía de los habitantes de las colonias de estudio, aportan el capital para la instalación del negocio, la compra de la mercancía y, en menor medida, trabajan por comisión, como es el caso de la venta de diversos productos por catálogo. En estos negocios familiares, si bien hay un responsable que se encarga de llevar las finanzas y la decisión de las compras de mercancías, es común que en ellos participen otros integrantes del núcleo familiar, incluyendo a los hijos.

El ingreso semanal obtenido por los jefes de familia encuestados, el 3% manifestó recibir menos de \$100.00 a la semana, el 24% entre \$100.00 y \$500.00, el 45% entre \$501.00 y \$1,000.00, el 21% entre \$1,001.00 y \$1,500.00, el 4% entre \$1,501.00 y \$2,000.00, y el 2% más de \$2,000.00. el mayor porcentaje de la muestra, 72%, manifestó que vive con ingresos semanales menores a \$1,000.00, y de este porcentaje el 27% con ingresos menores de \$500.00.

El rango promedio de ingresos por familia es desde \$4,896.00 mensuales, equivalentes a 2.7 salarios mínimos, a \$7,014.00, equivalente a 3.8 salarios mínimos, en donde el 66% de la población recibe entre 2 y 4 salarios mínimos.

Se identificaron las necesidades y problemas sociales existentes, uno de ellos es el hecho de que las dos colonias de estudio carecen de farmacias por lo que para adquirir sus medicamentos se dirigen a la vecina colonia Emiliano Zapata Sur, a la calle 50 o hasta el centro de Mérida. Igualmente, no hay consultorios médicos privados, aunque si en la zona, el hospitalidad de la manzana.

Las respuestas indican que el 37.28% (220) de las familias encuestadas describen al desempleo como el problema de mayor frecuencia en las colonias. Es importante señalar que estas colonias están conformadas por muchas parejas jóvenes o al menos en edad productiva, por lo cual el desempleo resulta una preocupación de gran relevancia para la comunidad

Por último se identifico que entre los factores que determinan la baja calidad de vida de la comunidad esta Alcoholismo y Violencia intrafamiliar; falta de empleo así como falta de recursos y conocimientos para emprender. Otra problemática es la ausencia de recursos financieros para los emprendimientos existentes o futuros, derivado de sus bajos ingresos, lo que los lleva a no ser sujetos de crédito; así como la inexistencia de programas eficientes de financiamiento adhoc a tu situación. Un tercer factor es la ausencia de conocimiento de herramientas administrativas, productivas y estratégicas para mejorar los negocios; Educación incipiente y falta de experiencia en negocios. Ausencia de medios y personal capacitado para la captación de oportunidades de negocio en la comunidad y la ciudad

Otra pregunta de investigación es saber si los casos en estudio, conformados por 4 casos del sector de alimentos procesados (2 casos de repostería; paletas y bolis congelados) se puede mencionar que es un hecho que los 4 negocios analizados cuentan con las características de un micro emprendimiento o Unidad Productivas de Pequeña Escala (UPPE) de acuerdo a Cardozo (2006), ya que su realidad productiva está influenciada por los recursos económicos y de tiempo que le permite su hogar; sin horarios determinados y constantes de trabajo, convirtiéndose la producción y venta de las Pequeletas en un suceso más de su vida.

No poseen una capacitación para la administración o estrategias de comercialización que la ayuden a mejorar, de ahí la importancia de la contribución social de la universidad al vincularse con micro emprendimientos como estos, con el fin de apoyar a éstos y difundir el conocimiento, así como aplicar de manera real la creatividad y competencias de los estudiantes universitarios generando innovaciones que permitan a emprendimientos rezagados por el neoliberalismo, tener una alternativa a través de la economía creativa.

Se consideran UPPE pues: una oferta de productos incipiente, reducida distribución de de los productos, división del trabajo nula o en construcción. Aprendizaje persona a persona y transmisión de conocimiento de generación a generación; y se considera sobreviviente en su mercado, debido a las múltiples limitaciones financieras y administrativas, problemáticas sociales y de sus actividades, así como que por el complejo entorno en el que se desenvuelven, producto del modelo económico que prevalece en México.

Para responder a la incógnita sobre cuáles son los aspectos endógenos y exógenos que funcionan como fuerza se puede mencionar que como factor endógeno de impulso se encuentra el abandono de sus estudios por causas económicas. La mayoría de los micro emprendedores entrevistados habían abandonado sus estudios en el nivel de secundaria. Adicionalmente sus parejas no poseen trabajos estables que pudieran generarles un ingreso seguro y constante por lo que ante la necesidad de cubrir necesidades de sus hijos, de forma reactiva emprenden; sin embargo se piensa que los emprendimientos que son generados por presión, suelen fracasar, sin embargo al ya existir una motivación familiar con una necesidad de supervivencia, en esos cuatro casos ayudó a permanecer.

De igual forma es común en estos casos que las emprendedoras contaban con una experiencia previa en la comercialización, ya sea porque dentro de su contexto existía algún familiar con micro emprendimiento ó el mismo sujeto poseía experiencia previa. Se confirmó que el rango de ingreso en los casos osciló entre los 1,200.00 y 2,000.00, el cual todavía es insuficiente.

De forma reactiva igualmente, otro de los motivos por el cual se decidieron emprender fue el hecho de ser invitadas por al programa institucional a participar en cursos de capacitación, lo cual les permitió darse cuenta que sus capacidades, decidiendo iniciar su emprendimiento, tal como se observa en la siguiente frase:

(E2) Yo ya sabía preparar algunos postres pero no sabía hacer pan y platicando con la maestra Conchy le dije que quería aprender a hacer pasteles y decoración, y así empezaron a invitar a las personas éramos bastantes que queríamos aprender a hacer los postres y comenzamos compartiendo recetas entre nosotras, luego que fuimos aprendiendo empezaron a quedar pocas personas primero un grupo de siete, luego cinco hasta que se fueron más y al final solo quedamos doña Julia y yo.

Otro factor endógeno que impulsa y motiva a las señoras, es la vinculación establecida con la UADY, a través de la herramienta de corte estratégico que permite visualizar las áreas de oportunidad en el negocio en estudio; posteriormente con el establecimiento de un dialogo abierto se identificaron los requerimientos de consultoría para adaptar el producto posteriormente. Se generaron 9 proyectos teniendo como resultado: diseño de imagen, logo, slogan, adaptación de etiqueta con normatividad correspondiente; elección adecuada de empaque y empaque. Posteriormente los equipos de innovación en mercadotecnia identificaron nuevos segmentos de mercado ad hoc que se implementarían en la tercera etapa de investigación , asignándole un mix de estrategias para participación en una feria sectorial para la cual se desarrollaron posters promocionales y videos de promoción de los diversos productos.

Igualmente el perfil de las emprendedora. Son personas dinámicas que incluso colaboran en otros negocios o realizan actividades alternativas para mantenerse activos. La apertura con la que se relacionan con las personas y su disposición a aprender de los demás.

Ahora, como elemento endógeno impulsor se puede mencionar la motivación intrínseca que la familia (los hijos) pueden causar en una madre emprendedora, pues luchan por ofrecerles lo mejor a sus hijos. En otro ámbito, pero sin dejar de ser un elemento impulsor, las señoras opinan que la atención llevada a cabo por los jóvenes universitario que se involucraron con las personas de la comunidad, les permitió revalorar su persona, e incluso su vida. Ahí se observa claramente la relevancia de llevar a cabo acciones que benefician a la sociedad, tal como observamos a continuación:

(E1) Veo ventajas pues aprendemos las cosas, al principio lo veía algo difícil pero ahora veo que no es así, y como me gusta ya no lo veo difícil. También hemos tenido pláticas sobre el trato a los clientes, en la autoestima y muchas otras que nos han ayudado.

Por otro lado, entre las problemáticas vividas por las micro emprendedoras se encuentran: la percepción de las señoras respecto a que su pareja, ya que en un contexto machista, la mujer tiene la obligación de mantenerse en casa, tal como se observa en la siguiente frase. En la medida que el esposo:

(E1) Como mi marido trabaja no hay tanto problema, pero cuando está en casa a veces me reclama y me dice: ¿Tienes que ir hoy? a lo que yo le contesto que si además le digo que solo es una vez a la semana que vengo aquí, y ya no me dice nada.

(E2) A mi me pasaba lo mismo al principio pero ya llevamos un año, mi esposo no me decía, pero a veces cuando está de mal humor como que se quiere desquitar con una y me dice que me paso más tiempo con mis postres y pues yo siempre le digo que seguiré aprendiendo, a lo que él me dice que yo deje algo, ya que tengo muchas actividades, y además yo ya tengo mi ritmo y ante todo está lo económico, ya que cuando se me gasta el dinero que mi marido me da no puedo quedarme de brazos cruzados por mis hijos, entonces una vez que se le pasa el disgusto yo le hago ver que lo que hago también ayuda en la casa.

En los casos analizados se identificaron problemáticas de alto impacto para el negocio, como puede ser: la ausencia de mobiliario y equipo para realizar sus funciones; con mayor impacto se encontró es la necesidad de un modo de transporte, ya que por la naturaleza del negocio, es común la necesidad de su traslado o muestra. Para ello se ha identificado una unidad de medio uso en excelentes condiciones y está por definirse su adquisición.

Para contestar a la pregunta relacionada sobre los retos del presente, se puede mencionar que la estandarización de la producción es necesaria, para evitar gastos; de igual forma es un reto establecer horarios formales de producción; la presión cultural que existe sobre las emprendedoras por parte de sus parejas; y por último se requiere mejorar el sabor de los postres, incrementando la calidad de los insumos, lo que posiblemente concluiríamos con una adaptación de precio.

Adicionalmente, y durante la tercera etapa del proyecto se pretende desarrollar el canal de distribución y localizar contactos comerciales que puedan representar una entrada constante para los productos, con el interés de realizar una campaña de marketing con causa, así como desarrollar una campaña publicitaria en medios electrónicos. Todo ello representa un reto, porque a pesar de que

los jóvenes son los que aportan conocimiento y creatividad en los proyectos trabajados para las emprendedoras, cada una de ellas tiene una relevancia diferente

A partir de la recuperación de la autoestima de muchas señoras, se hicieron el propósito de tomar cursos de manera constante, y lograr un producto garantizado para el consumo de niños. En el caso de UADY Así mismo se preparan con capacitación que desarrolle la habilidad de comunicarse y tratar bien al cliente, tal como lo describe el comentario siguiente:

(E2)...A mí por ejemplo como no sabía tanto pues ahorita con las pláticas y todo se me está facilitando la decoración y además es solo dejarlo todo a la imaginación y pues igual la gente nos va conociendo al saber que elaboramos postres , y cuando te dicen que te salió bueno como que le echas más ganas, y te da ganas de seguir adelante , también el apoyo que hemos tenido por parte de los muchachos, de psicología también ya que nos han dado pláticas de trato a los clientes y si nos ha tocado que nos digan en la cara que no están buenos los postres y te ayudan las pláticas de autoestima , contabilidad también, igual hemos aprendido a comprar donde nos cuesta más barato, además de que ahora ya no compramos en la primera tienda eso igual nos ayuda a reducir costos.

CONCLUSIÓN

Por lo observado anteriormente puede concluirse que el neoliberalismo en nuestros días continúa afectando de manera adversa los emprendimientos y empresas que surgen como una forma de subsistencia para la mayoría de los mexicanos, y Yucatán no es la excepción.

Como en muchas ciudades existen zonas afectadas por las consecuencias del neoliberalismo, en donde existen niveles de pobreza en incremento. Sin embargo es una realidad que existen procesos de investigación acción que puede representar una oportunidad para que los colaboradores de FCA y estudiantes universitarios, puedan involucrarse en la búsqueda de cambio y transformación de micro emprendimientos existentes en la comunidad en estudio.

Este análisis relata los avances en las investigaciones y vinculaciones desarrolladas para el programa "Juventud y Sociedad", en donde a través del uso de la creatividad de los jóvenes estudiantes, crean empaques, logos, imágenes y frases que funcionaran como elementos claves en la búsqueda de competitividad en el mercado.

En este momento nos encontramos en etapas 1 y 2 de la investigación, el cual que bajo el apoyo de jóvenes, investigadores; se han desarrollado 9 proyectos de empaque y promocionales impresos (posters) para los productos, cuando deseen participar en ferias.

Respecto al contexto que viven los micro-emprendedores como consecuencia del modelo económico actual, se analizan 4 casos del sector alimentos procesados, quienes se introducen a la comercialización en una forma reactiva, como un medio de supervivencia, ya que los proveedores (esposos) no logran obtener puestos estables o buenos sueldos para vivir.

Las fuerzas impulsoras en este caso, son de naturaleza intrínseca, originada por la necesidad de darle lo mejor a sus hijos ; el perfil dinámico de la emprendedora; su capacidad de establecer redes, a pesar de su timidez; así como una disposición a aprender de manera constante y trabajar para generar productos con la mayor calidad.

Sin embargo existen problemáticas que pueden ser un lastre para su desarrollo; por la naturaleza de la empresa, los micro emprendimientos son entidades no viables para otorgamientos de crédito para el sistema financiero, por su riesgo de alta tasa de mortandad. La falta de formalización de los micro emprendimiento; ausencia de mobiliario y equipo, mejoramiento de sabor; establecimiento de tiempos establecidos o formales de producción; y autorización etc.

Sin embargo es una realidad que en el pasado han tenido que superar problemas y con la ayuda de la Universidad y sus acciones de RS, se puede crear el vínculo entre institución e individuos y lograr con esfuerzo conjunto sentar las bases y los procedimientos para impulsar el emprendimiento social, el cual no busca en exclusiva la obtención de utilidades, sino una forma de mejorar la calidad de vida del emprendedor y quienes lo acompañan en su contexto.

REFERENCIAS

Max-Neef, M. (diciembre, 2005). Del saber al comprender. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 10 (2), 6-12. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.

Bausela Esperanza. (1995). La Docencia a través de la Investigación–Acción. Universidad de León, España. Disponible en red el 14 de octubre de 2013 en: <http://www.rioei.org/deloslectores/682Bausela.PDF>

Bejarano U, Ma. C. (septiembre-diciembre, 2005). En busca de nuevas realidades, desde la mirada de Manfred Max Neef. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 55, 123-128. Colombia: Universidad EAN. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo,oa?id=20605511>

Benítez, M. (2012). Evolución del concepto de competitividad. *Revista Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas tendencias*, 5, Vol.III, 8. Universidad Nacional de Asunción, Paraguay.

Calvo, R. y Lerma, I. (2009) Agentes sociales locales. La necesidad de un modelo integrado para el desarrollo socioeconómico del territorio. *Arxius de Ciencies Socials*, 21, 7-20. Disponible en red: <http://www.uv.es/~sociolog/arxius/ARXIUS%2021/ricard%20calvo%20ignasi%20lerma.pdf>

Caravaca, I., González, G. y Fernández, V. (2013). Economía creativa en la aglomeración metropolitana de Sevilla: agentes, redes locales de colaboración y principales actuaciones. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (63), 81-103. España: Universidad de Sevilla. Recuperado en: www.boletinage.com/63/04-CARAVACA.pdf

Cardozo, E. (enero-junio 2006). La conceptualización de microempresa, micro emprendimientos y unidad productiva de pequeña escala. *Revista COPÉRNICO IV*, 6, 23-30. Venezuela: Universidad Nacional Experimental de Guyana. Disponible en: http://copernico.uneg.edu.ve/numeros/c06/c06_art03.pdf

Cervantes, M., Ballesteros, B. y Hernández, F. (2012). Programas para elevar la competitividad de las empresas en México. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 167. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas. Disponible en: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2012>

Gallado, D. y Sánchez, Ma. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. España: Universidad de Extremadura. Disponible en: http://ubr.universia.net/pdfs_revistas/articulo_275_1372092239156.pdf

González Amador, R. y Vargas, R. E. (junio, 2014). Pobreza en México, aún elevada pese a avances de los últimos años: FMI. Periódico *La Jornada en línea basado en el Foro Internacional de Inclusión Financiera*. Disponible en red en: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2014/06/26/pobreza-en-mexico-aun-es-elevada-a-pesar-de-avances-en-los-ultimos-anos-jefa-del-fmi-6408.html>

Guzmán Medina, Ma. G. (2013). La Juventud del Sur de Mérida en el contexto del Neoliberalismo. Protocolo de Investigación de Proyecto de Investigación del Campus CSEAyH. México: Universidad Autónoma de Yucatán.

Martínez-Pichardo, P. y Hernández-Oliva, A. (enero-junio2013). Responsabilidad social universitaria: un desafío de la universidad pública mexicana. *Revista Contribuciones desde Coatepec*. 24, 85-103. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Mathison, L., Gándara, J., Primera, C. y García, L. (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. *Revista Negotium*, 3(7), 65-83. Venezuela: Fundación Miguel Unamuno y Jugo.

- Messner, D (2010). Latinoamérica hacia la economía mundial: Condiciones para el desarrollo de la competitividad sistémica. Disponible en red el 21 de enero en: <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/fes/messner.pdf>
- Newbihim, J. (2010). La economía creativa una guía introductoria. Serie Economía Creativa y Cultural- Reino Unido: British Council. Recuperado en <http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/02/21.pdf>
- OCDE y Eurostat (2005). Manual de Oslo, guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. 3ª. Edición. OCDE y Comunidad Europea.
- Rodríguez Roa, L. (2005). Educación y Educadores en el contexto de la Globalización. *Revista Iberoamericana de Educación*. México: Universidad la Salle.
- Rodríguez, R., Alonso, V. y Meneses, E. (2014) Capitulo "Transformación e Innovación: la calidad, elemento esencial para la competitividad internacional". México: Universidad Autónoma de Yucatán. Propuesto para "MiPyMes Innovadoras: Evolucionando ante los nuevos retos". México: Universidad Autónoma de Campeche.
- Rueda, I. (1997). Los efectos de la política neoliberal sobre las empresas mexicanas. *Revista de Contaduría y Administración, No. 186, julio- septiembre*. Disponible en red el 11 de octubre de 2015 en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rca/article/view/4374>
- Tendencias. (18 de agosto de 2014). Falta innovación en América Latina: Banco Mundial. *Revista electrónica Tendencias, Económicas y Financieras, XXVIII(28)*, 1390,15-16. México: SATELINET S. A. de C. V. Disponible en red en: <http://www.tendencias.com.mx/index.php>
- UADY. (2013). Diagnóstico de zonas marginadas de la ciudad de Mérida. *Memorias del Programa Juventud y Sociedad 2013*. Campus de ciencias sociales administrativas y humanidades de la UADY. México: Universidad Autónoma de Yucatán.
- UADY. (2013). Diagnóstico sobre las comunidades de San Luis Sur Dzununcan y San Antonio X'luch III del Programa Juventud y Sociedad. Campus de Ciencias Socio económicas Administrativas y Humanidades. México: Universidad Autónoma de Yucatán.