

La Sociedad Académica

ITSON
UNIVERSIDAD

Julio - diciembre de 2020

Año 28, número 56

ISSN 2007 - 2562



OFICINA DE
PUBLICACIONES
ITSON

La Sociedad **Académica**

Año XXVIII, No. 56 (julio - diciembre 2020)

DIRECTORIO

Dr. Jesús Héctor Hernández López
Rector

Dr. Jaime Garatuza Payán
Vicerrector Académico

Dr. Rodolfo Valenzuela Reynaga
Vicerrector Administrativo

Dr. Ernesto Uriel Cantú Soto
Secretario de Rectoría

Dra. María Elvira López Parra
**Directora de Ciencias Económico
Administrativas**

Dra. Guadalupe de la Paz Ross Argüelles
**Director de Ciencias Sociales
y Humanidades**

Dr. Armando Ambrosio López
Director de Ingeniería y Tecnología

Dr. Pablo Gortares Moroyoqui
Director de Recursos Naturales

Mtro. Mauricio López Acosta
Director de Unidad Navojoa

Mtro. Humberto Aceves Gutiérrez
Director de Unidad Guaymas

Comité Editorial

Revista La Sociedad Académica

Dr. Carlos Martín Aguilar Trejo, Dr. Cristian Salvador Islas Miranda, Dr. Eduardo Romero Aguirre, Dra. Gisela Margarita Torres Acuña, Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez, Dr. Juan Francisco Hernández Chávez, Dr. Oswaldo Alberto Madrid Moreno, Dr. René Daniel Fornés Rivera.

EDICIÓN

Marisol Cota Reyes

Oficina de Publicaciones ITSON
Revista "La Sociedad Académica"

La Sociedad Académica, Año 28, No. 56, julio-diciembre 2020, es una publicación semestral editada por el Instituto Tecnológico de Sonora, a través de la Oficina de Publicaciones. 5 de Febrero No. 818 sur. Apdo. 335 C.P. 85000. Ciudad Obregón, Sonora, México. Tel:(644) 4100900, <http://www.itson.mx>, sacademi@itson.edu.mx, editor responsable: Marisol Cota Reyes. Reserva de Derecho al Uso Exclusivo No. 04-2013-092715124600-102, ISSN: 2007-2562. Impresa en el Taller Gráfico del ITSON; Av. Antonio Caso 2266 C.P. 85137, Ciudad Obregón, Sonora; este número se terminó de imprimir el 30 de diciembre de 2020 con un tiraje de 100 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

La Sociedad Académica

La Sociedad Académica es una publicación semestral publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora. Los artículos firmados, son responsabilidad absoluta de sus autores por lo que no necesariamente reflejan el punto de vista de la Institución. Se autoriza la reproducción total o parcial de los artículos de esta revista siempre que se den los créditos correspondientes a los autores.

COMITÉ REVISOR

Dra. Celia Yaneth Quiroz Campas, Dr. Cristian Salvador Islas Miranda, Dra. Dina Ivonne Valdez Pineda, Dr. Eddy Jacobb Tolano Fierros, Dr. Ivan de Jesús Toledo Domínguez, Dr. José Fernando Lozoya Villegas, Dr. Roberto Ruíz Pérez, Mtro. Joel Alejandro Oloño Meza, Mtra. Lizette Marcela Moncayo Rodríguez, Mtro. Ricardo Mexía Ballesteros

CONTENIDO

Número 56 (julio - diciembre de 2020)

Auditoría administrativa aplicada en una empresa de comercio de Empalme, Sonora	7
<i>Josué Samuel Parra González, Vianca Yeraldih Salazar García, Blanca Delia González Tirado, Nidia Carolina Ruiz Salas y Rosario Karina Vélez Hernández</i>	
Orientación de la ingesta dietaria en los deportistas de halterofilia	12
<i>Diana Itzel Armenta Soto</i>	
Análisis de la innovación de productos y procesos en las empresas restauranteras de Cajeme	18
<i>Perla Guadalupe Alvarado Valenzuela, José Guadalupe Flores López y Alma Rocío García García</i>	
Adaptación de modelo de economía colaborativa para la industria musical	29
<i>Adrián Raúl Romero Ponce</i>	
Efecto de un programa de psicomotricidad para niños con Síndrome de Down	36
<i>Pablo Miguel González Ayala, Carolina del Rocío Hurtado, Blanca Giselle Veá Martínez, Eddy Jacob Tolano Fierros e Iván de Jesús Toledo Domínguez</i>	
Diagnóstico de las emociones en estudiantes universitarios por la contingencia en un programa de arteterapia	44
<i>Grace Marlene Rojas Borboa, Ximena Tolosa Soto y Ana Cecilia Leyva Pacheco</i>	
Normas y lineamientos para presentar artículos	52

Al hablar de divulgación del conocimiento hacemos referencia que el mensaje sea asequible para todo tipo de personas dedicadas al quehacer académico. Sólo se logra cuando el académico que es quien posee la información logra colocarla al alcance de los demás. Un medio para esto es La Sociedad Académica, revista por excelencia de lo que es la divulgación de la información.

La publicación de la revista La Sociedad Académica es semestral y desde su creación que fue en 1991 hasta el día de hoy, ha estado teniendo modificaciones o adaptándose a los cambios necesarios para ajustarse a los nuevos procesos y de esta manera siempre con calidad, dar respuesta como un medio de divulgación formal para contribuir a la consolidación de los cuerpos académicos y sus líneas de investigación y aplicación del conocimiento asimismo a los investigadores independientes.

Para esta edición La Sociedad Académica presenta seis artículos de diversas áreas académicas, el primero de ellos se refiere a los resultados de la aplicación de la auditoría administrativa en una empresa del área de comercio, es decir de manera total o parcial presenta una revisión analítica de la empresa con el propósito de precisar su nivel de desempeño y proponer oportunidades de mejora. El segundo artículo presenta una orientación de la ingesta dietaria en los deportistas de halterofilia, este deporte olímpico uno de los más antiguos debe de considerar una correcta ingesta para el mejor desempeño de los que practican este deporte. El tercer artículo *Análisis de la innovación de productos y procesos en las empresas restauranteras de Cajeme*, discute cuales pueden ser esos nuevos productos que se pueden desarrollar a través de la innovación en este sector. Asimismo, el cuarto artículo *Adaptación de modelo de economía colaborativa para la industria musical*, versa sobre lo que también se conoce como economía compartida o sharing economy, es decir, permitir a los usuarios compartir bienes, servicios o información, en este caso propiamente para la industria musical. Contamos también con un artículo titulado *Efecto de un programa de psicomotricidad para niños con síndrome de down*, presenta la importancia de este tipo de programas debido que el movimiento es un resultado clave para una maduración tanto física como psíquica humana y por último contamos con un artículo dirigido a quienes se interesan en las artes y su impacto durante la contingencia por la cual estamos pasando. Con esta diversidad de artículos interesantes esperamos que puedan permear en la sociedad.

“Investigar es ver lo que todo el mundo ha visto, y pensar lo que nadie más ha pensado”

Albert Szent-Györgyi

Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez
Miembro de Comité Editorial de la Revista
La Sociedad Académica

Auditoría administrativa aplicada en una empresa de comercio de Empalme, Sonora

Josué Samuel Parra González
Vianca Yeraldih Salazar García
Blanca Delia González Tirado
Nidia Carolina Ruiz Salas
Rosario Karina Vélez Hernández

Instituto Tecnológico de Sonora
Unidad Empalme
josuegonzalez172@gmail.com

RESUMEN

Este artículo tuvo como objetivo la aplicación de una auditoría administrativa en una empresa de giro comercial de Empalme, Sonora, con finalidad de detectar áreas de oportunidad, para diseñar e implementar estrategias de mejora. Para llevar a cabo la investigación se utilizó la metodología de Franklin (2013), la cual consta de cinco etapas: planeación, instrumentación, examen, informe y seguimiento. Lo anterior dio resultado el diseño de la filosofía organizacional permitiéndole evaluar constantemente crecimiento, desarrollo y desempeño individual y organizacional.

Palabras claves: Desarrollo, Filosofía Organizacional, Áreas de oportunidad.

Introducción

La empresa en estudio de esta investigación es una compañía que se dedica a la compra, venta y comercialización de productos de abarrotes y consumo diario, fundada hace 12 años por el Sr. Francisco Val, se encuentra ubicada en la localidad de Empalme, Sonora. Desde sus inicios la empresa trabaja conforme al método de administración tradicional, siendo este su

principal problema, el cual ha provocado la falta de filosofía organizacional dando como resultado que los empleados la desconozcan.

Por lo anterior, el objetivo consistió en aplicar una auditoría administrativa para detectar áreas de oportunidad, con la finalidad de diseñar e implementar estrategias de mejora.

Fundamentación teórica

Sandoval (2012), menciona que el origen de la auditoría surge con el advenimiento de la actividad comercial y por la incapacidad de intervenir en los procesos tanto productivos como comerciales de una empresa. Por estas razones surge la necesidad de buscar personas capacitadas, de preferencia externas (imparciales), para que se desarrollen mecanismos de supervisión, vigilancia y control de los empleados que integran y desempeñan las funciones relativas a la actividad operacional de la empresa. Con el transcurso del tiempo, las relaciones comerciales y operaciones de negocios empezaron a crecer rápidamente, sobre todo a partir de la Revolución Industrial, en ese momento el comerciante tuvo la necesidad de crear un nuevo sistema de supervisión mediante el cual el dueño, o en su caso, los administradores extendieron su control y vigilancia.

Franklin (2013), afirma que es la revisión analítica total o parcial de una organización con el propósito de precisar su nivel de desempeño y perfilar oportunidades de mejora para innovar valor y lograr una ventaja competitiva sustentable.

Según Melo (2017), la Auditoría administrativa, es la intervención que se realiza al interior de

los departamentos de la organización con el fin de observar, medir y cuantificar, qué tan oportuna es la dirección dentro de la misma. La Auditoría administrativa debe trazar objetivos claros al momento de realizar el proceso, ya que es importante tener una lista de chequeo que le permita ser equitativos en todos sus componentes.

Por otra parte, Rodríguez (2010), asegura que es un examen detallado, metódico y completo practicado por un profesional de la administración sobre la gestión de un organismo social. Consiste en la aplicación de diversos procedimientos, con el fin de evaluar la eficiencia y eficacia de sus resultados en relación con las metas fijadas; los recursos humanos, financieros y materiales empleados; la organización, utilización y coordinación de dichos recursos; los métodos y controles establecidos y su forma de operar.

Metodología

Sujetos: Para realizar este proyecto se consideraron seis integrantes de la empresa, de los cuales, tres son auxiliares de piso, dos empleados de salchichonería y un gerente, todos del sexo masculino.

Instrumentos: Se aplicaron cuestionarios para evaluar el conocimiento de los empleados en materia de filosofía organizacional, además de otras 38 preguntas para conocer la situación real de la empresa distribuidas en 5 apartados los cuales fueron Planeación, organización, integración, dirección y control.

Procedimiento: Para llevar a cabo el presente proyecto se utilizó la metodología de Franklin

(2013), que tiene como objetivo establecer las acciones que se deben desarrollar para instrumentar la auditoría en forma secuencial y ordenada, tomando en cuenta las condiciones que tienen que prevalecer para lograr en tiempo y en forma los objetivos establecidos, la cual consta de cinco etapas:

Etapa 1. Planeación: Búsqueda de la empresa y firma carta compromiso entre la empresa en estudio y la institución educativa.

Etapa 2. Instrumentación: Realización de instrumento de auditoría basado en la metodología de Franklin (2013).

Etapa 3. Examen: Aplicación del instrumento y análisis de los resultados obtenidos.

Etapa 4. Informe: Elaboración formal del documento en donde se plasman los resultados de la aplicación del instrumento así como las estrategias de mejora.

Etapa 5. Seguimiento: Entrega de informe al responsable de la empresa en estudio.

Tipo de Investigación

Para este estudio se utilizó la investigación mixta descriptiva que propone Hernández (2014), debido a que permite describir, explicar, comprobar y predecir los fenómenos (causalidad), en otras palabras, generar y probar teorías. En este tipo de investigación, la naturaleza de los datos es cuantitativa, la recolección se basa en instrumentos estandarizados y uniformes para todos los casos. Los datos se obtienen por observación, medición y documentación, así como los resultados se presentan mediante tablas, diagramas y modelos estadísticos.

Resultados y discusiones

Etapa 1. Planeación: Como resultado de esta

etapa la empresa seleccionada para llevar a cabo el presente proyecto fue Mini Mercado “Pancho Val”.

Etapa 2. Instrumentación: se obtuvo un cuestionario para la aplicación de la auditoría administrativa, el cual contiene un total de 38 preguntas distribuidas en cinco apartados los cuales son: Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control para conocer la situación real de la empresa.

Etapa 3. Examen: Se elaboraron las gráficas de los reactivos con los resultados obtenidos. Los resultados más relevantes fueron:

Respecto al apartado de planeación se obtuvo que el 33 % de las personas contestaron que sí conocen los objetivos de la empresa y el otro 67 % que no (ver figura 1).

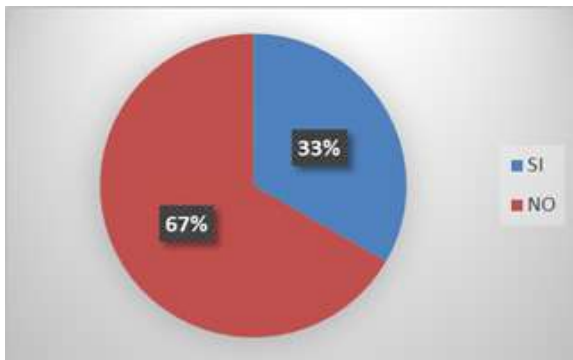


Figura 1. ¿Está enterado/a de los objetivos de la empresa?

Fuente: Elaboración propia.

En el apartado de organización se registró que el 83 % de los participantes respondieron que conocen la misión y visión de la empresa y el 17 % que sí (ver figura 2).

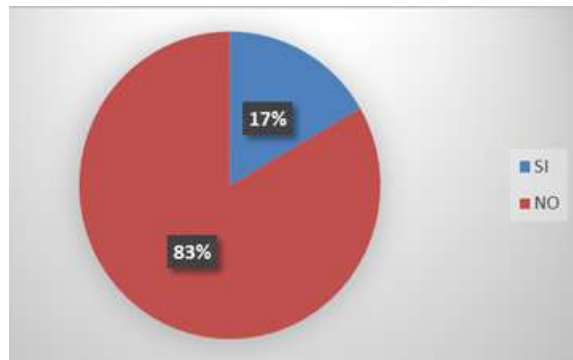


Figura 2. ¿Conoce la misión y visión de la empresa?

Fuente: Elaboración propia.

El 100 % de los participantes contestaron que no conocen el organigrama de la empresa (ver figura 3).

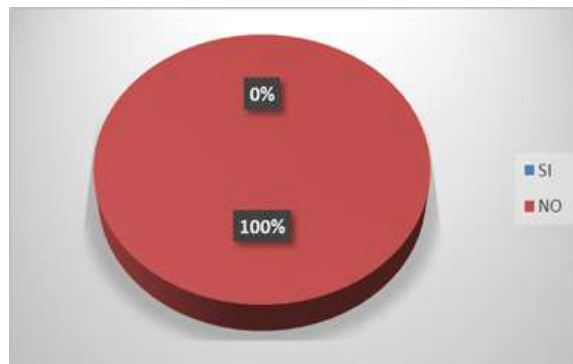


Figura 3. ¿La empresa cuenta con un organigrama?

Fuente: Elaboración propia.

En el apartado de integración se registró que el 50 % de los participantes respondieron que sí recibían capacitación constantemente y el otro 50 % que no (ver figura 4).

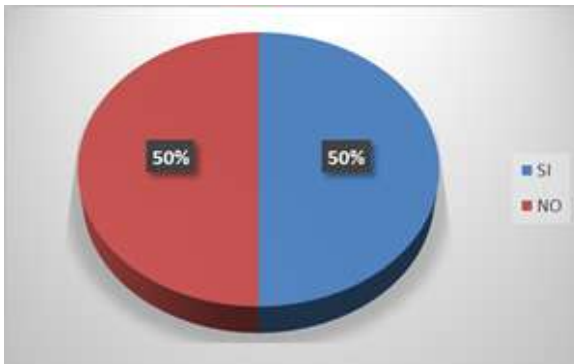


Figura 4. ¿Los empleados obtienen capacitación cada cierto periodo de tiempo?

Fuente: Elaboración propia.

Y por último en el apartado de control el 100 % de los participantes contestaron que no existe congruencia en los planes, metas y ejercicio de control (ver figura 5).

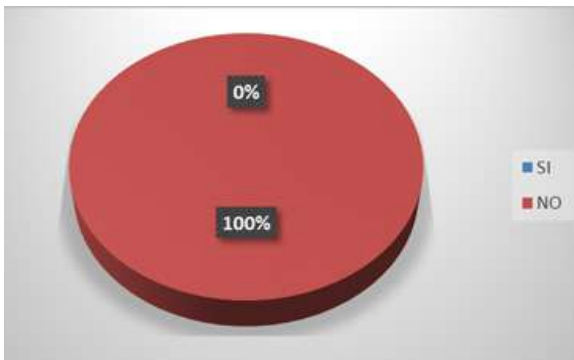


Figura 5. ¿Existe congruencia entre los planes, metas y el ejercicio del control? Fuente: Elaboración propia.

Etapa 4. Informe: En este apartado se estableció que la principal necesidad de la empresa “Mini Super Val” es realizar una propuesta para llevar a cabo el diseño de la filosofía organizacional de la misma.

Etapa 5. Seguimiento: Para dar cumplimiento a la propuesta de mejora, se diseñaron los elementos que conforman la filosofía organizacional de una empresa.

Para el cumplimiento de los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento se recomienda a la empresa:

- Aplicar la filosofía organizacional
- Crear un plan estratégico
- Contratar más personal que apoye en lo administrativo
- Medir el desempeño

Los resultados de la investigación guardan relación con lo sostenido por Elizondo y Agiss (2012), Chuquiruna y Huamán (2013) y Reino (2018), quienes señalan que para cualquier organización es fundamental la aplicación de una auditoría administrativa dentro de ella, para lograr que ésta funcione de manera eficiente. Estos autores mencionan que es importante para toda empresa darse cuenta de las áreas de oportunidad, para crear tácticas dentro del proceso de mejora continua.

En lo que respecta a la falta de planeación estratégica en la organización y su negativa repercusión dentro de ella, coincide con lo dicho por Díaz (2016) en su estudio, quien menciona que un 60% de los encuestados señalaron que desconocen algún procedimiento que permitan verificar el cumplimiento de las actividades del personal. Mientras que la mayoría de encuestados señalaron que casi nunca cuentan con un eficiente sistema de administración de personal, a causa de la carencia de una planeación estratégica en la empresa.

Espinoza (2013), le atribuye esto a que en la mayoría de los casos el perfil de las personas encargadas de estos negocios son profesionistas cuya carrera es ajena a la administración de empresas, mismo caso al de la empresa en estudio.

Conclusiones

En conclusión, el objetivo de detectar áreas de oportunidad, para diseñar e implementar estrategias de mejora en una empresa de giro comercial de Empalme, se cumplió al obtener como resultado una propuesta de filosofía organizacional, que le permitirá a los empleados trabajar mediante objetivos específicos beneficiando el desarrollo de la empresa.

Por lo anterior, se recomienda a la empresa seguir aplicando auditorías administrativas para el aseguramiento de un crecimiento constante, en donde les permita contrarrestar sus deficiencias para la mejora continua de la organización.

Referencias

- Chuquiruna, G. & Huaman, Y. (2015). Auditoría administrativa como herramienta para evaluar la gestión de la empresa decórate S.R.L. de la ciudad de Trujillo periodo 2013.
- Díaz V. (2018). Auditoría administrativa en la empresa servicio de Cobranzas Integrales & Abogados S.A.C. Pimentel– 2018.
- Elizondo C., & Agiss I. (2012). Auditoría administrativa en la empresa mantenimiento y limpieza de Colima S.A. de C.V. Instituto Tecnológico de Colima.

Espinoza C. (2013). Auditoría administrativa en una mediana empresa de giro comercial, dedicada a la distribución de autopartes, lubricantes agrícolas y automotrices ubicada en Ciudad Obregón. Instituto Tecnológico de Sonora.

Franklin, E. (2013). Auditoría administrativa: gestión estratégica del cambio. México: McGraw Hill Editorial.

Hernández, S. (2014). Metodología de la investigación. México, D.F: McGraw-Hill.

Melo, B. (2017). Auditoría Administrativa. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina

Reino V. (2016). Auditoría administrativa a la empresa Proveher, distribuidora de productos de consumo masivo, ubicada en el Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana, período 2014. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Rodríguez, J. (2010). Auditoría Administrativa. México, D.F., Trillas.

Sandoval, H. (2012). Introducción a la auditoría. México: Tercer Milenio.

Orientación de la ingesta dietaria en los deportistas de halterofilia

Diana Itzel Armenta Soto

Instituto Tecnológico de Sonora
Lic. en Ciencias del Ejercicio Físico
diana_didi_27@hotmail.com

RESUMEN

En este estudio se tuvo como propósito identificar deficiencias de alimentación del equipo de halterofilia, para la orientación adecuada de una dieta saludable con la finalidad de mejoras en el rendimiento deportivo.

Como metodología, fue un estudio descriptivo tipo transversal, participaron 6 deportistas halteristas de la rama varonil de la universidad ITSON, con un rango de edad de 19 a 25 años. Para la evaluación nutricional se utilizaron 3 métodos: recordatorio de 24 horas, cuestionario de López Alvarenga, bioimpedancia eléctrica por medio de InBody 720. El mayor problema que destaca en estos deportistas es tener una mala alimentación dado a que en su ingesta dietaria consumían más calorías provenientes de la grasas. En general las 3 evaluaciones realizadas forman un respaldo para detectar el problema y de esta forma que sea tomada en cuenta en futuros planes de entrenamiento.

Palabras claves: Ingesta dietaria, Composición corporal, Gasto energético, Halterofilia, universitarios.

Introducción

A pesar de los avances registrados en el campo de la nutrición deportiva y la importancia que

una adecuada alimentación tiene para mejorar el rendimiento deportivo, algunos deportistas no le dan la importancia a incluir la planificación de una dieta dentro de la estrategia global de preparación para la práctica deportiva (González, García, Fajardo y Gariciano 2014). En relación a esto Castro y Borbón (2013) relatan que los deportistas no toman en cuenta la alimentación como un factor que aumente su rendimiento deportivo y al solo verlo como una herramienta para controlar su peso y poder pertenecer a alguna categoría, su rendimiento deportivo puede verse afectado negativamente al no contar con la energía y nutrientes adecuados.

Debido a que los deportistas no tienen una información adecuada sobre nutrición, ven el tema de la alimentación con poco interés y solo como una herramienta para ajustarse al peso por categoría dentro de la competición de halterofilia, de esta forma desconocen que gracias a una correcta alimentación enfocada al deporte específicamente pueden aumentar el rendimiento y obtener mejores resultados durante su preparación así como al momento de competir. El trabajo tiene como objetivo identificar deficiencias de alimentación del equipo de halterofilia, para la orientación adecuada de una dieta saludable con la finalidad de mejoras en el rendimiento deportivo.

Fundamentación teórica

Recomendaciones nutricionales para deportistas

1. Nutrientes: son sustancias necesarias para la salud que no pueden ser producidas por el organismo y que por tanto deben ser ingeridas

a través de los alimentos. Las adaptaciones fisiológicas y metabólicas del organismo como consecuencia del ejercicio físico conducen a la necesidad de aumentar la ingesta de calorías (de acuerdo al gasto energético) y de proteínas (en base a las necesidades tróficas del organismo). Igualmente, es preciso prestar atención a la ingesta de vitaminas y minerales (Sánchez y Ramírez, 2010).

2. Ayudas Ergogénicas: la halterofilia o levantamiento de pesas se caracteriza principalmente por ser un deporte de fuerza, por lo que requiere elevar el consumo de proteína, para esto se sugiere el consumo de este macronutriente en suplemento, de todas las opciones la proteína de suero destaca por contener altos niveles de aminoácidos esenciales que son rápidamente digeridos, absorbidos y retenidos por el cuerpo, por lo que sería de gran ayuda el consumir este tipo de proteína inmediatamente después de entrenar de esta forma el deportista obtendrá los aminoácidos que requiere en ese momento, es preferible que lo acompañe con un suplemento de hidrato de carbono como un gel energético o un alimento de índice glicémico alto (Bean, 2012). Al ser un deporte de alta intensidad el sistema energético que predomina es el anaeróbico aláctico en donde la fosfocreatina es utilizada para producir energía por lo tanto se recomienda el consumo de un suplemento de creatina que ayude a formar este sustrato, la suplementación de creatina eleva los niveles de fosfocreatina en un 2 %, esto ayudara retrasar la fatiga durante el entrenamiento, al igual que estimula la síntesis proteica y la hipertrofia muscular (Bean, 2012).

3. Composición Corporal: la composición corporal suma los diferentes tejidos y sistemas que conforman el organismo humano. El cuerpo está constituido por múltiples sustancias (agua, grasa, hueso, músculo, etc.).

El tejido magro o masa libre de grasa (MLG) en el que quedan incluidos todos los componentes funcionales del organismo implicados en los procesos metabólicamente activos. El contenido de la MLG es muy heterogéneo e incluye: huesos, músculos, agua extracelular, tejido nervioso y todas las demás células que no son adipocitos o células grasas. La masa muscular o músculo esquelético es el componente más importante de la MLG. El compartimento graso, tejido adiposo o grasa de almacenamiento está formado por adipocitos. La grasa, que a efectos prácticos se considera metabólicamente inactiva, tiene un importante papel de reserva y en el metabolismo hormonal, entre otras funciones. Se diferencia, por su localización, en grasa subcutánea y grasa interna o visceral. Según sus funciones en el organismo, puede también dividirse en grasa esencial y de almacenamiento. La cantidad y el porcentaje de todos estos componentes son variable y depende de diversos factores como edad o sexo, entre otros (Carbajal, 2013).

Metodología

La población de interés fueron 6 deportistas de sexo masculino que pertenecen al equipo selectivo de halterofilia de ITSON, fue una muestra por conveniencia de entre 19 y 25 años de edad que cuentan con alrededor de 5 años de experiencia deportiva. La investigación se basa en un estudio descriptivo, de tipo observacional debido a que

no se van a manipular ningún tipo de variables. El seguimiento será de tipo transversal por que la información se recolecto en un sólo momento. Para la evaluación nutricional se utilizaron varios instrumentos:

1. Evaluación de la ingesta dietaria: Se realizó por medio del recordatorio de 24 horas (encuesta). Es un método utilizado para la estimación en forma detallada de todos los alimentos y bebidas consumidas durante el periodo de 24 horas previas, la información debería describir el tipo de alimento y sus características. Para tener más exactitud con las cantidades consumidas por los sujetos se contó con utensilios de cocina que ayudaron a determinar los gramos o mililitros consumidos. Una vez obtenido el registro de los alimentos y cantidades consumidas, los alimentos se clasificaron y se capturaron en el programa nutrisys, el cual cuenta con una base de datos con el valor nutricio de los alimentos realizada por el centro de investigación en alimentación y desarrollo y que contiene además alimentos regionales. (Salvador, Serra y Ribas, 2015).

2. Estimación de gasto energético: Para la estimación del gasto energético se utilizó un cuestionario elaborado por López, J., Reyes, S., Castillo, L., Davalos, A. y Gonzales, J. (1999), consiste en que el sujeto indique las actividades realizadas el día anterior a la entrevista. En este formato se observa en la primera parte las actividades físicas numeradas del 1 al 9 que representa menor intensidad a mayor intensidad, dichas acciones vienen detalladas, por ejemplo en el numero 1 señala dormir, recostarse a descansar. Mientras tanto la cifra 9 nos muestra las funciones deportivas intensas (alto rendimiento): carreras,

boxeo, sprints, levantamiento de pesas, pistones, saltos alternos, salto de bayas, golpes de contacto. En la segunda parte se encuentra una tabla donde existen rectángulos que están situados a la derecha de la columna de horas, y corresponde a un período de 15 minutos. Cada hora está fraccionada en cuatro periódicos de 15 minutos. A partir de la lista de actividades dadas escriba el número correspondiente a la actividad que usted práctica durante periodos de 15 minutos. Si una actividad es practicada durante un largo período (por ejemplo dormir), usted puede hacer un trazo horizontal continuo en los rectángulos que siguen, hasta que se cambie la actividad (Melchor, Montaña, Cervantes y Ramos, 2012).

3. Estimación de la composición corporal: Este método se ejecutó atreves de bioimpedancia eléctrica InBody 720. Para realizar la estimación de la composición corporal correctamente, la persona con la que se llevara a cabo el análisis debe cumplir con ciertos requisitos: Encontrarse en ayunas o 3 horas después de haber comida al presentarse al estudio, no debe haberse bañado, no debe de haber hecho alguna actividad física que lo haga esforzarse y de preferencia que haya evacuado antes de presentarse. En el caso de cumplir estos requisitos se le pide que asista con ropa deportiva en shorts para hombre y shorts y top para mujeres, primero se le toma la talla, después debe permanecer sentado durante 5 minutos, mientras tanto se le otorgan toalla de papel para que limpie sus manos y pies. Pasado los 5 minutos se le pide que se ponga de pie otros 5 minutos, mientras tanto se le muestra el equipo de bioimpedancia y se le explica para qué es y que debe abordarlo un pie a la vez tocando los

dos electrodos encontrados en la base del inbody, una vez arriba no de moverse pues el equipo le toma el peso. Una vez finalizado se verifica que sus pies estén puestos adecuadamente en los electrodos, se le otorga un id y se le piden datos como la edad, se introduce la talla y el género. A continuación se le coloca un electrodo en cada mano, una vez sujeto se le pide que eleve sus brazos un poco para que se separen de su cuerpo pero no demasiado como para que se haga una tensión. Se inicia el análisis y se le pide que no se mueva hasta que este finalice. Al terminar se retiran los electrodos y se le pide que baje del equipo, pero que no tome asiento, se revisan las frecuencias, si estas cumplen con un patrón descendente de un mega Hertz a un kilo Hertz el análisis fue realizado con éxito, de lo contrario se le pide que vuelva a subir al inbody, (Quesada, León, Betancourt y Nicolau, 2016).

Se realizó una base de datos en el programa Microsoft Office Excel en el cual se incluyó la información de prácticas alimentarias, actividades físicas, resultado de bioimpedancia magnética; de la cual se realizó un análisis estadístico descriptivo determinando frecuencias y porcentajes.

Resultados

Tabla 1

Relación Entre la Ingesta Dietaria y el Gasto Energético

	Ingesta Dietaria	Gasto energético
Sujeto 1	3478	3281
Sujeto 2	3751	3690

Sujeto 3	2678.8	4109
Sujeto 4	4407.1	5493
Sujeto 5	4344	5498
Sujeto 6	5938.9	7637

La tabla 1 presenta los resultados que arrojaron las entrevistas. Existe una estrecha relación entre el consumo el promedio del gasto. Los sujetos 1 y 2 tienen una diferencia positiva con relación a su consumo y gasto energético de 197 kcal y 61 kcal respectivamente. Sin embargo el resto de sujetos tienen un déficit calórico que va de las 1,086 kcal (sujeto 4) a las 1,699 kcal (sujeto 6), lo cual influye negativamente el rendimiento deportivo dado a que se encuentran por debajo de su demanda energética (Cantúa y Valdez, 2010). Cabe señalar que estos datos solo se adquirieron de una sola entrevista por lo que se deberían realizar un mínimo de 3 para una estimación más exacta del consumo y el gasto energético.

Tabla 2

Ingesta Dietaria

	% Carbohidratos	% Lípidos	% Proteínas
Sujeto 1	1523.2	1095.3	859.2
Sujeto 2	1348.4	1259.1	1139.6
Sujeto 3	1444	702	532
Sujeto 4	1199.6	1867.5	1340
Sujeto 5	1431.6	1299.6	1612.8
Sujeto 6	2829.2	1098.9	2012

La Tabla 2 muestra detalladamente el porcentaje de la ingesta dietaria de cada uno de los sujetos.

Los sujetos 6 y 3 cuentan con una dieta cercana al balance a comparación de los demás. El sujeto 4 consume más calorías de grasa incluso por encima de los hidratos de carbono, lo cual afecta directamente su rendimiento al tener una ingesta insuficiente del principal sustrato energético, mientras que con el sujeto 5 el caso es similar, solo que su desbalance es provocado por la ingesta de proteína (Martinez y Urdampilleta, 2012)

Tabla 3

Estimación Composición Corporal

	% Masa de grasa corporal	% Masa musculo esquelético
Sujeto 1	14.1	28.6
Sujeto 2	12.1	34.3
Sujeto 3	18.9	32.6
Sujeto 4	18.3	39.2
Sujeto 5	14.3	48.5
Sujeto 6	30.4	44.5

En la Tabla 3 podemos observar los resultados de la bioimpedancia eléctrica. Wilmore y Costill, (2015) señalan que el porcentaje de grasa para los deportistas varones en levantamiento de pesas tienen que estar en un rango de 5 a 12%. Solo el sujeto 2 se apega a este estándar.

Tabla 4

Comparación del % de Grasa en Halteristas de ITSON Y Haltertistas Primera Fuerza España

% GRASA CORPORAL		
	Halteristas universitarios ITSON	Halteristas de Primera fuerza España
Peso kg		
60 kg	28.6	6.62
60 – 79 kg	33	8
80 – 100 kg	44.5	10.31

En la Tabla 4, se expone el % de grasa del grupo evaluado y la comparación con el estudio de Lopez (1988). Los resultados son muy claros y podemos notar la gran separación de entre los dos grupos, alto contenido en grasa no conlleva un buen rendimiento para los deportistas. (Bean, 2012).

Conclusión

El mayor problema en general destaca que en la ingesta dietaria un gran porcentaje proviene de la grasas que de carbohidratos, esto junto a los resultados de bioimpedancia refleja el contenido del porcentaje de grasa el cual está por encima de los estándares específicos para halterofilia (Martinez y Urdampilleta, 2012). A los sujetos se les entrego sus resultados detallados de cada una de las pruebas y se les oriento sobre el problema en sus hábitos alimenticios. La base de la dieta del deportista, debe ser equilibrada, energética y

siempre acorde a las necesidades de cada persona, según sea el tipo, el momento, la duración y las condiciones del ejercicio o actividad física. En general las evaluaciones realizadas forman un respaldo para detectar el problema y de esta forma que sea tomada en cuenta en futuros planes de entrenamiento.

Referencias

- Bean, A. (2012). La Guía Completa De La Nutrición Del Deportista. Paidotribo.
- Cantua, J., y Valdez H. (2010). Evaluación de la ingesta dietaria de velocistas universitarios del ITSON. Academia.edu. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=nutrisys+Morales%2C+Quizan+y+Preciado%2C+1999&btnG=
- Carbajal A. (2013). Manual de Nutrición y Dietética. Universidad Complutense de Madrid. <https://www.ucm.es/nutricioncarbajal>
- Castro, A., Borbón, N. (2013). Importancia de la alimentación en la práctica deportiva. Isde sports magazine. <http://www.isde.com.ar/ojs/index.php/isdesportsmagazine/article/view/107>
- González, M., San Mauro, I., García, B., Fajardo, D., Gariciano, E. (2014). Valoración nutricional, evaluación de la composición corporal y su relación con el rendimiento deportivo en un equipo de fútbol femenino. Scielo. <http://scielo.isciii.es/pdf/renhyd/v19n1/original5.pdf>
- Lopez, J., Reyes, S., Castillo, L., Davalos, A., Y Gonzales, J. (1999). Reproducibilidad y sensibilidad de un cuestionario de actividad física en población mexicana. Salud pública. <https://core.ac.uk/download/pdf/206784831.pdf>
- Lopez, M. (1998). Somatotipo y % de grasa corporal en halterofilia. Treballs originals. PDF
- Martinez, J., Urdampilleta, A. (2012). Necesidades nutricionales y planificación dietética en deportes de fuerza. Redalyc. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274224827007>
- Melchor, T., Montaña, J., Cervantes, F., y Ramos, V. (2012). Gasto calórico, actividad física, consumo de energía, y nivel de sobrepeso en adolescentes. Reefd. <http://www.reefd.es/index.php/reefd/article/viewFile/202/194>
- Quesada, L., León, C., Betancourt, J., y Nicolau, E. (2016). Elementos teóricos y prácticos sobre la bioimpedancia eléctrica en salud. Scielo. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552016000500014
- Salvador, G., Serra, L., y Ribas, L. (2015). ¿Qué y cuánto comemos? El método Recuerdo de 24 horas. Nutrición comunitaria. http://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/NUTR.%20COMUN.%20SUPL.%201-2015_Recuerdo%2024%20h.pdf
- Sánchez, S., Ramírez, C. (2010). Estudio de los hábitos alimentarios de los ciclistas de la selección española de mountain bike. Scielo. <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v25n1/original9.pdf>
- Wilmore, J., Costill, D. (2015). Fisiología del deporte y el ejercicio. Cinética Humana. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&q=wilmore+y+costill+2004#d=gs_qabs&u=%23p%3DHd_lgYq7_AoJ

Análisis de la innovación de productos y procesos en las empresas restauranteras de Cajeme

Perla Guadalupe Alvarado Valenzuela
José Guadalupe Flores López
Alma Rocío García García

Instituto Tecnológico de Sonora
Lic. en Administración de Empresas Turísticas
perla23.gav@outlook.com

RESUMEN

La presente investigación trata de un análisis efectuado a empresas restauranteras de la localidad en el cuál se planteó como objetivo conocer el impacto que tiene la innovación por productos y procesos en dichas empresas. Con el diseño de un instrumento tipo escala se aplicó a una muestra de 53 microempresas restauranteras. Los resultados del proyecto arrojan que se tiene conocimiento en cuanto a la generación de nuevos productos y procesos sin embargo son pocas las empresas que lo ejecutan en el sector.

Palabras claves: Innovación, Restaurantes, Turismo

Introducción

El turismo es catalogado como una de las actividades económicas más importantes para el país, lo anterior: se deriva en la creación de oportunidades para el desarrollo de los propios viajeros a través de desafíos que involucran la evolución de productos y servicios que llenan las exigencias de cada mercado con sistemas de consumo especializado (Secretaría de turismo [SECTUR], 2018). En ese sentido, la actividad turística está siempre en constante evolución y

cambios que derivan a una innovación a través de las ideas y puestas en prácticas o en defecto la propia adopción de nuevos productos desarrollados por individuos o sociedades (Rogers, 1995). A lo largo de los años la innovación pro productos se ha desarrollado en organizaciones micro y medianas, sin embargo; existe evidencia que ha tomado validez e impacto en los resultados de otras investigaciones que confirman una relación positiva entre las empresas grandes, (López, 2009). Por ello, resulta importante destacar que para las nuevas empresas es esencial el desarrollo de las actividades turísticas como fomento a las nuevas generaciones (Toledano & Gessa, 2002).

En consideración a lo anterior, se debe tener en cuenta que los turistas buscan nuevas experiencias que motive de forma positiva al desarrollo de nuevos productos como visitantes y anfitriones, con el fin de hacer valer el compartimiento de experiencias (Smith 1994). Por ello, los productos turísticos forman parte de una gran innovación en el país y con un gran potencial en la creación de nuevas empresas dentro del sector (Gurría, 2004). Por otro lado, según lo que menciona López (2008) la innovación de nuevos productos genera un impacto en los consumidores de la industria turística y, a su vez de acuerdo con (Haudnes, 1998) se introduce directamente en los servicios de todo negocio turístico y se aprecia cuando inicia un proceso de mejora continua proyectado a largo plazo. Es por ello que, las organizaciones deben orientar sus esfuerzos a mejorar y renovar continuamente sus productos, servicios y procesos que coadyuven a generar un ambiente competitivo, implementar una innovación en cualquier producto propicia a su vez

una obligación para la constante supervivencia empresarial. (Nuchera, León & Pavón, 2002). En Cajeme, las organizaciones turísticas generan innovaciones, sin embargo, se desconocen a través de investigaciones los impactos de ellas, así como estudios que generen estadísticas o datos que permitan observar una realidad. Por lo tanto, surge la siguiente interrogante: ¿Cuál es el impacto de la innovación de procesos y productos en las empresas restauranteras de Cajeme? La pregunta anterior, se responderá a través del siguiente objetivo de investigación: Conocer el impacto de la innovación del producto mediante la aplicación de un instrumento de recolección de información para la generación de un nuevo conocimiento en el campo de estudio.

Fundamentación Teórica

Para el mayor entendimiento del proyecto, se plantean diversos aspectos teóricos que sustentan y tratan de ejercer un análisis de la variable en estudio y el sector. Por ejemplo, el sector turístico y los principales tipos de turismo que establece la Organización Mundial del Turismo (OMT) además de la importancia del sector de alimentos y bebidas en el turismo y su evidencia empírica relacionada con la innovación.

Según la OMT en el año 2007 p.1, define al turismo como un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” Por lo anterior, este sector se clasifica de dos formas: desde su propia operación (ver Tabla 1) y con relación a sus tipos de turismo.

Tabla 1

Definiciones operativas utilizadas en la cadena de valor del turismo

ELEMENTO	DEFINICIÓN
Destino turístico	Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar.
Organización de gestión/marketing de destino (OGD/OMD)	Una organización de gestión/marketing de destino (OGD/OMD) es la principal entidad organizativa, pudiendo formar parte de ella diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino.
Producto Turístico	Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, los servicios y las actividades entre otros que generan emociones para los posibles clientes.
Cadena de Valor	La cadena de valor del turismo es una secuencia de actividad<es primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico.

<p>Calidad de un destino turístico</p>	<p>La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos.</p>
<p>Innovación Turística</p>	<p>La innovación turística es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad.</p>
<p>Competitividad de un destino turístico</p>	<p>La competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos.</p>

Fuente: Elaboración propia con información de OMT (2019).

De lo anterior se desglosan los diversos tipos de turismo que se pueden ejercer específicamente en los destinos, clasificándose en relación a las actividades turísticas de cultura, negocios, comida, regional, bienestar, educativo, salud entre otros.

Los alimentos y bebidas según el portal web Administración Real México (2013) es transcendental debido a la generación de divisas para el país por lo que es sumamente importante que el servicio se preste con profesionalismo y garantice el desarrollo del sector turístico para la generación de empleos y nuevas oportunidades de crecimiento en dicha actividad. De acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC, 2012), en México la industria restaurantera es una fuente generadora de inversiones e ingresos, la industria de los alimentos es el segmento más importante del sector turismo, tiene potencial económico, cultural y turístico. La innovación es hoy en día, una necesidad absoluta en las empresas o en los productos para sobrevivir.

A continuación, se presenta el concepto de innovación con fin de entender este apartado y comprender su importancia hoy en día. El concepto de innovación según Schumpeter (1934), menciona que es una de las causas del desarrollo e introducción de nuevos métodos y formas para la producción de un bien, servicio o producto de cualquier industria, misma que ayuda a competir en el mercado a que lleven a una redefinición de la industria de esa manera el manual de OSLO (1997), sostiene también que la innovación es la implantación de un producto,

proceso o servicio nuevo o significativamente mejorado, pero después la amplía indicando que también es innovación un nuevo método de comercialización, un nuevo método de organización para la práctica del negocio o una nueva forma de relaciones externas, mientras que Sole & Martinez (2005), definen la innovación, como cualquier cambio en el producto en el proceso que comprende directa o indirectamente aquello nuevo que el mercado da por bueno pasar a ser una innovación y lo que siendo nuevo, incluso técnicamente excelente buscando respuesta continua a circunstancias cambiantes en el mercado.

Metodología

El alcance de investigación del proyecto es un estudio descriptivo con un diseño cuantitativo y de corte transversal. Los participantes del proyecto, el instrumento y el procedimiento se plasman a continuación.

Los sujetos de estudio que se utilizaron en la presente investigación tomaron de una población total de 60 pequeñas empresas pertenecientes al sector restaurantero de Ciudad Obregón, de la cual se seleccionó una muestra de 53 empresas utilizando el muestreo de la población conocida. Dentro de la caracterización de la muestra se puede observar diferentes elementos en los cuales destaca la escolaridad, cuyas opciones de respuesta fueron en ellas variaba preparatoria, técnico, licenciatura, otros, con un rango de edad desde los 18 hasta los 46 o más.

El instrumento aplicado fue un cuestionario tipo escala Likert 5 puntos para los trabajadores

de los restaurantes, donde 1 era totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. el cuál determinaba la variable de innovación por procesos y productos que consistía de siete ítems en totalidad. El instrumento se realizó por (Flores, et.al, 2018) derivado de un proyecto de cuerpo académico. Los ítems tienen origen en el concepto y autores de la innovación por procesos y productos. La composición del instrumento y las dimensiones sobre productos y procesos de las cuales surgieron las variables para poder analizarlo, lo cual se exponen varios autores sobresalientes tales com: Goktan (2005), Obenchain y Johnson (2004) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2003).

Se realizó al instrumento la prueba de confiabilidad con 53 respuestas para verificar el nivel de confianza que tienen el cuestionario, se aplicó la prueba de Alfa de Cronbach. De acuerdo con la prueba existe un nivel aprobatorio, el cual obtuvo .729 la variable de innovación considerándose dentro de los parámetros.

A continuación, se muestra el procedimiento realizado para la elaboración, y aplicación de la investigación. Inicialmente una vez definido la razón de ser de la investigación se realiza una búsqueda de información sobre los distintos aspectos que debe cumplir el gerente de las empresas de dicha investigación y sobre todo la información de respuesta al cuestionamiento acerca del objetivo planteado, después de eso se seleccionan los sujetos a investigar que son el tipo y número de empresas para encuestar los cuales son pequeñas y medianas empresas

de Cajeme. Una vez recaudada la información realizó un instrumento basándose en un cuadro de variables sobre innovación productos y procesos organizacionales aplicándolos a una prueba piloto de 16 empresas restauranteras de la ciudad para realizar una validación del instrumento, una vez realizada de prueba se aplicó el instrumento a 53 del sector restaurantero, previamente se capturó los datos en el programa SSPS y se recolectaron los resultados para desglosar y sus respectivas dimensiones y finalmente elaborar los ítems correspondientes donde los resultados fueron que las empresas si tiene conocimiento de la innovación pero no tratan de generar nuevas ideas en sus productos.

Resultados y Discusión

En el presente apartado, se describen los resultados obtenidos de la investigación, por medio del cuestionario aplicado en las organizaciones restauranteras de Cajeme. Se presentan, los datos generales de la aplicación y luego un comparativo de medias sobre las preguntas que incluía el instrumento, también se muestra la discusión, así como las similitudes y diferencias del tema.

Se presentan los resultados generales, de la muestra que se aplicó en diferentes establecimientos de comida típica de la región con las características de pequeñas empresas. Se aplicaron un total de las 53 empresas de Cajeme. A continuación, se presentan algunos resultados de la información general (ver Tabla 2).

Tabla 2

Características de la muestra.

Grado Académico	Frecuencia	Porcentaje
Preparatoria	9	14.3
Técnico	21	40.5
Licenciatura	23	45.2
Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	28	52
Mujeres	25	48
Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	6	12
26-35	27	50
36-45	19	36
46-más	1	2

Fuente. Elaboración propia con datos recabados.

En lo anterior, se destaca que hasta el momento existe una equidad dentro de la muestra consultada, ya que es muy poca la diferencia en cuanto a las respuestas de hombres y mujeres. Se aprecia en la gráfica de edad, que en su mayoría los empresarios de las pequeñas y medias empresas representan a un nivel de adulto-joven por lo que es lo más sobresaliente. Caso contrario que solamente el 2% pertenece al grupo de adultos y adultos mayores, lo que dice que el sector empresarial es manejado por jóvenes. Los datos demuestran hasta el momento que en el sector se observan con un nivel profesional, ya que más del 45% de la muestra presenta un nivel de licenciatura por lo que se puede afirmar que se encuentran con gerentes, jefes y dueños bien preparados en cuanto al estudio se refiere.

Los resultados siguientes muestran los elementos que componen la innovación por productos y procesos. Se presentan las siete preguntas aplicadas en la escala Likert:

1. Somos líderes en la introducción de innovaciones en los procesos.

De acuerdo con los resultados de la investigación la cual fue realizada en las empresas restauranteras de Cajeme y siendo censadas 53 empresas se plasma la siguiente tabla de validación con los datos obtenidos de acuerdo con la pregunta si son líderes la innovación de productos y procesos (ver tabla 3).

Tabla 3

Líderes en la innovación productos y procesos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	11.9
Indeciso	11	21.4
De acuerdo	12	28.6
Totalmente de acuerdo	20	38.1
Total	53	100

Elaboración propia con base a los datos obtenidos.

Como puede apreciarse en la tabla la mayoría de las empresas dicen ser innovadoras en productos y procesos en sus empresas, siendo el mayor número de la tabla, lo cual nos indica ser favorable para su éxito

2. Desarrollamos nuevos productos a través de la asignación de recursos financieros sustanciales.

En la presente tabla se puede observar los

resultados obtenidos de la investigación, acorde la pregunta sobre su desarrollo de nuevos productos en sus empresas.

Tabla 4

Desarrollo de nuevos productos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	23.8
Indeciso	13	4.8
De acuerdo	8	19.0
Totalmente de acuerdo	11	26.2
Totalmente en desacuerdo	11	26.2
Total	53	100

Elaboración propia con base a los datos obtenidos.

Conforme a los resultados de la validación se puede apreciar la diferencias de respuestas, siendo 13 el número de gerentes que están indecisos, pero por otro lado también existe un contraste de desacuerdo, lo cual quiere decir que alguna empresas no son innovadores en sus desarrollo de nuevos productos, pero otras si desarrollan nuevos productos y se guían por los productos que son demandados por los clientes.

3. Desarrollamos una gran variedad de nuevos procesos, y/o productos.

Se expone la siguiente tabla con los resultados obtenidos de la validación, investigando sobre su gran variedad de nuevos productos en las empresas con una escala desde su total acuerdo hasta lo negativo. (Ver tabla 5).

Tabla 5

Desarrollo de gran variedad de nuevos procesos y producto.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	8	4.8
Indeciso	10	11.9
De acuerdo	10	23.8
Totalmente de acuerdo	16	38.1
Totalmente en desacuerdo	9	21.4
Total	53	100

Fuente: elaboración propia con base a los datos obtenidos.

De acuerdo con la tabla antes expuesta, más de la mitad de las empresas desarrollan gran variedad de procesos y productos, lo cual quiere decir que cuentan con un factor clave para lograr el éxito en sus organizaciones, ya que están ahorrando tiempo y dinero en procesos.

4. Hemos realizado cambios drásticos en procesos, productos existentes.

Conforme a la pregunta si realizan cambios drásticos en procesos y productos se pueden ver los resultados en la presente tabla el número de frecuencia de acuerdo a sus respuestas (ver tabla 6).

Tabla 6

Cambios drásticos en procesos y productos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	4.8
Indeciso	9	9.5
De acuerdo	14	19.0

Totalmente de acuerdo	12	28.6
Totalmente en desacuerdo	16	38.1
Total	53	100

Fuente: elaboración propia con base a los datos obtenidos.

Como puede observarse en la tabla la mayoría de las empresas, están en totalmente desacuerdo sobre su la realización de cambios drástico en procesos y productos, lo cual quiere decir que no se comprometen a realizar cambios.

5. Desarrollamos procesos, productos totalmente novedosos.

En la presente tabla se pueden observar los siguientes datos de la validación de acuerdo con la pregunta sobre si desarrollan procesos y productos totalmente nuevos en sus empresas.

Tabla 7

Desarrollo de procesos y productos totalmente nuevos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	9.5
Indeciso	6	2.4
De acuerdo	14	33.3
Totalmente de acuerdo	11	26.2
Totalmente en desacuerdo	12	28.6
Total	53	100

Fuente: elaboración propia con base a los datos obtenidos.

Se puede observar de acuerdo con la tabla antes vista, que la gran mayoría de las empresas si desarrollan procesos y productos totalmente novedosos, lo cual quiere decir que las empresas a lo largo del tiempo si lanzan productos nuevos al igual que procesos.

6. Nuestros métodos de producción / fabricación son totalmente novedosos.

En la presente tabla se pueden analizar los siguientes resultados de validación de acuerdo con la pregunta sobre métodos de producción y fabricación en sus organizaciones (ver tabla 8).

Tabla 8

Métodos de producción y/o fabricación.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	8	4.8
Indeciso	6	14.3
De acuerdo	13	31.0
Totalmente de acuerdo	16	38.1
Totalmente en desacuerdo	5	11.9
Total	53	100

Fuente: elaboración propia con base a los datos obtenidos.

Acorde con la tabla expuesta se puede ver que las empresas del sector restaurantero están en totalmente de acuerdo con su desarrollo de

métodos y de producción y fabricación, esto quiere decir las empresas tienen buena orientación empresarial.

7. Mejoramos los productos, procesos de trabajo e ideas que se han implementado en determinado tiempo.

En la presente tabla de validación se pueden observar los siguientes datos, sobre la mejora de productos y procesos a través de ideas en las organizaciones (ver tabla 9).

Tabla 9

Mejora de productos y procesos a través de ideas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	2.4
Indeciso	11	11.9
De acuerdo	8	19.0
Totalmente de acuerdo	13	31.0
Totalmente en desacuerdo	15	35.7
Total	53	100

Fuente: elaboración propia con base a los datos obtenidos.

De acuerdo con la tabla, se puede apreciar que la mayor parte de las empresas no mejoran sus productos y procesos a través de ideas, siendo un aspecto negativo en las empresas ya que se

quedan en donde mismo sin buscar nuevas ideas u oportunidades que logren su incremento de productividad.

Discusión

Los resultados mencionados otorgan elementos que pueden ser comparados con la teoría del concepto de la innovación por productos y procesos y con estudios que previamente se señalaron en capítulos anteriores. Por ejemplo, se tiene que la investigación desarrollada por Jacob y Aguilo (2008), el porcentaje de 12.2% de las innovaciones del sector turístico, corresponde a las que realizan las empresas restauranteras al igual que en la presente investigación el 23% de las innovaciones se hacen por productos y procesos. Asimismo, Astudillo y Prada (2011) en su artículo empresas turísticas y factores de innovación presenta un caso descriptivo de la introducción de innovaciones: producto, proceso, organización, revelaron que las innovaciones son más incrementales que radicales, principalmente con mejoras de productos y la introducción de nuevos procesos, mejores prácticas de negocio e incorporación de mecanismos de promoción, en este caso no se pudo comprobar lo mismo, más sin embargo se asemeja a los resultados de la pregunta donde el 38.1 no realiza ningún cambio en los procesos. Igualmente, Álvarez y Rego, (2008), en el caso de innovaciones turísticas investigaron el factor de innovación (producto, proceso, mercado, organizativo), que se puede asimilar con la investigación realizada con lo cual el proceso y producto sobresale en un 33.3 por ciento que está de acuerdo.

Conclusiones

Los resultados obtenidos de la presente investigación, muestran que la mayor parte de las empresas si tiene noción de innovación de sus productos y sus procesos, esto quiere decir que si hay cumplimiento del objetivo, cabe mencionar que las empresas se muestran fuerte en el desarrollo de nuevos productos y procesos, pero también son débiles en la mejora de sus productos a través de la generación de nuevas ideas. En ese sentido es fundamental contar con innovación de productos y procesos en las organizaciones de hoy, ya que existe numerosa competencia de mercado y las personas consumen día a día todo el producto, ya sea por moda o por estilo de vida, es por eso que se ha vuelto vital mejorar a través de la innovación para potencializar lo que se quiere vender ya sea un producto o un proceso.

Por otro lado, también se recomienda aplicarlo en otros sectores ya sea de marketing o bien del mismo sector, pero con otro tema como lo es la atención al cliente o la gastronomía. De otro modo, realizar más investigaciones de este tipo en Cajeme para todas las pequeñas y medianas empresa, ya que cuentan con una gran ventaja tiene un poco más de cercanía con el cliente y tiene la capacidad de respuesta inmediata para realizar cambios innovadores a favor del cliente. Finalmente, las sugerencias presentadas son principalmente para hacer hincapié de la importancia de innovación en las empresas no nada más en el sector restaurantera si no en todos los sectores, con un elemento primordial para todas ellas llegar al desarrollo y el correcto funcionamiento sobre todo ser líderes en su producto.

Referencias

- Administración de empresas Turísticas (2013). Recuperado de <http://administracion.realmexico.info/2013/10/clasificacion-de-alimentos-y-bebidas.html>. Consultado mayo de 2020
- Álvarez-Sousa, A., Rego Veiga, G., Leira López, J., Gomis-Rodríguez, A., Caramés Balo, R. E., & Andrade, M. (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio.
- Arango Serna, M. D., Branch Bedoya, J. W., & Pérez Ortega, G. (2008). Factores de innovación en marketing estratégico “un caso aplicado al sector del mueble hogar en Itagáœi (antioquia). Dyna.
- Astudillo, S., & Prada-Trigo, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21.
- Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados CANIRAC (2012). Cifras del sector restaurantero. Recuperado 22 de octubre del 2018, de <http://canirac.org.mx/pdf/canirac-20110713-cifras-del-sectorrestaurantero.pdf>.
- Correia P., G., Araújo L., D., Fernandes M, L., Leão de Menezes, P., & Pinheiro de Sousa, P. (2012). GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil. *Estudios y Perspectivas en*
- Durón, C. (2009). *El éxito restaurantero*. México: Trillas.
- Euroméxico (2007). *Hotelería y restaurantes*. España: Euroméxico. INEGI (2011)
- García-Muñoz, T. (2003). cuestionario como instrumento de investigación y evaluación. 16 de noviembre 2018, de univsantana Sitio web: http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf.
- Gurría, M. (2004). *Introducción al Turismo*. Editorial Trillas. México
- Haudnes, J. (1998): *Services in Innovation, Innovation in Services*, SI4S Final Report, STEP Group Oslo.
- Jacob, M. Aguilo, E. (2008). LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO: EL CASO DE BALEARES. 01 de Noviembre del 2019, de REVISTA DE OCIO Y TURISMO Sitio web: <https://core.ac.uk/download/pdf/61901672.pdf>.
- López-Fernández (2007). Innovación Tecnológica, Gestión del conocimiento, Turismo y Desarrollo Local. *Economía y Desarrollo*, 141(1), 101–12
- López-Guzmán, Tomás J., Sánchez C., Sandra Ma., La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* [en línea] 2008, 6 (abril) ISSN 1695-7121
- Lucas S . (2012). Antes y después del turismo.7 de octubre , de *Tourism Review*
- Martín de la Rosa, Beatriz, Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural . PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2003,
- Nuchera H., A., León S., G, & Pavón M., J. (2002). *La Gestión de la Innovación y la tecnología en las Organizaciones*. Ediciones Pirámide (grupo Anaya S.A.) Madrid.

Olmos-Muñoz, Manuel. (2016). importancia de innovar en productos. noviembre 2018, de revista economía y negocios Sitio web: <https://enlinea.santotomas.cl/blog-expertos/la-importancia-innovar-productos/>

Presentación del Estudio de la OCDE sobre Políticas de Turismo en México. 2018, de OCDE

Secretaría de Turismo (2018). TURISMO INNOVADOR . 2018, de GOB.MX Sitio web: <https://www.gob.mx/sectur>.

Smith, L. E. (1994). Tourism Alternativespotentials and problems in the development of tourism.

Schumpeter, J. (1934). Teoría del desarrollo económico. Universidad de Harvard. Inglaterra.

Toledano G., N., & Gessa P., A. (2002). Aproximación a las nuevas empresas de turismo rural en la provincia de Huelva. La influencia del marco ambiental (No. 1102-2016-90869, pp. 197-209).

Wilmar A, & Fernández L, A. (2017). Gestión de la innovación en los servicios de salud pública. Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas, 36(3) Recuperado en 05 de noviembre de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S086403002017000300016&lng=es&tlng=es.

Adaptación de modelo de economía colaborativa para la industria musical

Adrián Raúl Romero Ponce

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Departamento de Arte
adrian.romero@uacj.mx

Resumen

Los consumidores han evolucionado y por lo tanto se debe innovar la forma en que se organiza y oferta el trabajo. Hoy en día, se ha creado una nueva estructura de relaciones económicas que no se encuentra basada en la acumulación de posesiones, sino en la especialización y minimización de los bienes propios, poniéndolos a disposición de otros usuarios vía un intercambio monetario. Esto ha abierto las puertas a la transformación de la economía clásica en economía colaborativa a través de plataformas digitales. El presente artículo muestra el desarrollo de una plataforma enfocada en la oferta y contratación de servicios para el campo laboral de la música. Para su correcta implementación se realizaron encuestas y experimentos; pruebas A/B, método Kano, cinco fuerzas de Porter, así como matrices MPC, MPCE, MEFE y MEFI. Se hizo diseño de la misma bajo los resultados obtenidos, logrando organizar y registrar a sus profesionistas satisfactoriamente.

Palabras clave: Música, Producción, Innovación, Economía Colaborativa.

Introducción

Para un correcto análisis y desarrollo de soluciones en cualquier tipo de problemática, es indispensable comenzar analizando el entorno social, así como el comportamiento de

los usuarios que de él emanan. Actualmente el consumo de bienes y servicios se encuentra impulsado mediante el uso de dispositivos móviles, con la llamada generación “millennial” (nacidos del 1981-96) al mando, y la “centennial” (nacidos del 1997 en adelante) a punto de ingresar. Su vida es móvil y la forma de acceso principal al internet es su teléfono celular. Un 78% de los millenials en Latinoamérica cuenta con uno y el 45% admite que no podría estar un solo día sin su Smartphone (Fabretti, 2014), mientras que los zillenials (o centenials) ya son natos en este tipo de tecnologías.

Con base en lo anterior, existe una gran diferencia generacional en lo que se refiere a la interacción entre clientes y empresas a través de aplicaciones para dispositivos electrónicos (apps) que bien se pueden instalar en computadoras y celulares. La demanda actual está impulsando su extraordinario crecimiento (en la plataforma App Store se registran 5 millones de descargas a nivel mundial diarias). Ante esta realidad, las compañías deben construir y mejorar la funcionalidad de sus aplicaciones, ya que se han convertido en una potente herramienta que permite mejorar la experiencia de consumo (Gutierrez, 2017).

Aunado a esto, la reciente crisis de empleo derivada de la pandemia surgida en marzo de 2020 por el COVID-19, obligó a todos los individuos y empresas a adoptar medidas para relacionarse y realizar actividades laborales a distancia. El mundo se adaptó, sin embargo, dentro del campo de la música y el entretenimiento persistía una necesidad de acercamiento al cliente, comunicación efectiva y empleo latente que no

se había atendido correctamente. Los foros en páginas web, clasificados de empleos y redes sociales han sido herramientas de su actividad diaria que hasta ahora, tanto músicos, creadores como productores, notaron que no generó el impacto esperado por la saturación de anuncios que conlleva cada publicación en plataformas gratuitas.

Con base a lo planteado en los párrafos anteriores, surgen las siguientes interrogantes: ¿De qué manera se podría solucionar que los profesionistas del área musical pudieran llegar a más público? ¿De qué forma se podría reorganizar el mercado musical? ¿Cómo eficientar la conexión de los profesionistas de la música con posibles clientes?

Fundamentación teórica

Entendemos por economía colaborativa aquellos nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos a principios de este siglo gracias a las posibilidades ofrecidas por los avances de la tecnología, para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios, que permiten reducir las asimetrías informativas y costes de transacción. El término originariamente empleado fue el de “consumo colaborativo” (collaborative consumption) pero resultó insuficiente por ser la economía colaborativa algo más que consumo (Alfonso, 2016).

Dichos avances en la tecnología como el uso de celulares y las redes de comunicación e internet permitieron que estas actividades de intercambio tuvieran más relevancia durante la contingencia sanitaria. Durante el desarrollo del proyecto, se observó que los profesionistas dedicados a labores

directas y relacionadas con la música continuaban en crecimiento. A razón de este aumento, la competencia dentro del mercado laboral (que previamente ya era complicada y comenzaba a saturarse) se encrudecía aún más con el cese de actividades económicas. Por lo anterior, surgió la necesidad de generar estrategias para la mejora de sus condiciones y calidad de vida que sirviera durante el transcurso del 2020 y posterior a este. Según el más reciente estudio de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI 2019), se confirmó la tendencia creciente en el uso de internet en móviles por encima de las computadoras tradicionales, en los cuales 91% de internautas preferían conectarse desde este tipo de dispositivos, dejando en 7% y 1% de laptop y desktops, respectivamente. Ante esto se refleja una penetración del 63% de la población mexicana de 6 años en adelante con respecto a años anteriores.

Además de esto, de acuerdo con el Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos (2016) realizado cada ocho años por la Interactive Advertising Bureau (IAB), las aplicaciones musicales predominan, arrojando un 64% de usuarios que prefiere consumirlos. Lo que hoy sobra es información, bastaría con tener acceso a internet y buscar lo que se necesita; sin embargo, lo que se pensaba como una solución y una herramienta, ha dejado de serlo así. Precisamente por la abundancia de información, los músicos y todas sus áreas, se pierden en un gran conglomerado de publicaciones como fotografías, videos, ligas de blogs entre otros servicios que se brindan a los usuarios.

De esta manera, para el modelo de desarrollo económico en la región, se propuso desarrollar un modelo de economía colaborativa diseñado específicamente para las necesidades del músico moderno. A través de un software de aplicación móvil (app) o página web (web app), se proporciona una red que conecta a los clientes con los diversos músicos/profesionistas registrados en su base de datos.

Metodología

El modelo económico se basa en la plataforma digital. Esta fue desarrollada con base a encuestas y experimentos, recolectando información y realizando matrices MPC, MPCE, MEFE y MEFI, así como pruebas A/B. Contiene 5 bloques o núcleos principales que guían al usuario en la navegación.

Se hizo énfasis en la simplicidad, interactividad y facilidad que de paso al uso intuitivo. Sin embargo, se excluye de algunos aspectos que, por cuestiones técnicas y económicas, no pueden ser realizados por el momento. Esto incluye características como desarrollo de perfiles dentro de la plataforma, mensajería instantánea, pagos en línea y geolocalización; sin embargo, estarán disponibles en forma de ícono representando su lugar y función en el futuro. Se optó por establecer hipervínculos que guiaron al usuario directamente al perfil de red social del profesionista, y se les explicó dentro del experimento que en su lugar habría uno exclusivo de la plataforma, con sus respectivas opciones de contacto, calendariación y pago.

La distribución en la plataforma queda de la siguiente manera:

- Músicos: toda clase de instrumentistas y solistas
- Audio: renta de altavoces, música y ambientación para eventos, estudios de grabación.
- Maestros: profesores que ofrezcan su conocimiento en formatos presenciales y semi presenciales en diversas áreas del conocimiento musical.
- Técnicos/Lauderos: profesionistas dedicados a la reparación y mantenimiento de toda clase de instrumentos musicales y equipo electrónico de audio.

Diagrama de flujo del proceso. El cliente demandante abrirá la aplicación móvil desde su celular. En el encontrará el menú principal y cuatro secciones conteniendo los núcleos de músicos, audio, maestros y técnicos/lauderos.



Figura 1. Para acceder, se escanea un código QR



Figura 2. Pantalla de inicio.



Figura 3a. Submenús. Maestros.



Figura 3. Submenús. Músicos.

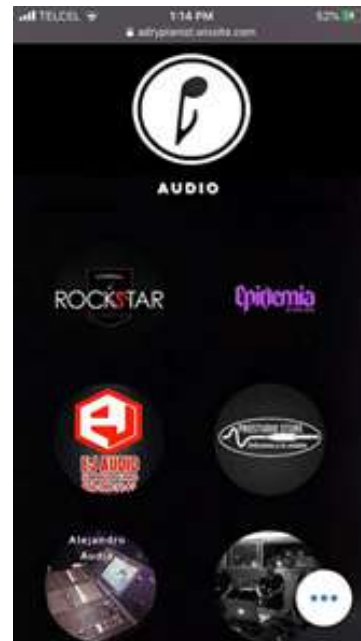


Figura 3b. Submenús. Audio.

Al escoger la sección que contenga el servicio buscado se procederá a una subcategoría donde se enlisten los diferentes tipos de instrumentistas o servicios. Una vez localizado el profesional que mejor se adecue a sus necesidades en cuestiones de precio, calidad y disponibilidad, se contratará. Esto permitiría que podamos acceder a un calendario para reserva en agenda, en él veríamos los días disponibles del usuario ofertante. Una vez seleccionado se envía una alerta inmediatamente al profesional que prestará el servicio. Dicha alerta explicará lo que se contrata y mostrará la opción de “aceptar” o “declinar”.

De aceptar, se envía una alerta al usuario demandante y este podrá ver el precio por el servicio, así como opciones de método de pago. Una vez llegada la fecha y hora del evento, el usuario demandante podrá consultar desde su dispositivo móvil el lugar y tiempo restante para la llegada del usuario ofertante mediante geolocalización. Esta herramienta resulta ser especialmente útil para eventos grandes como bodas, fiestas o reuniones. Al llegar se presta el servicio, se procede al método de pago y se califica el desempeño del usuario ofertante y demandante, a fin de garantizar dinámicas de comportamiento equilibradas. El proceso es mediante votación “mano arriba/mano abajo”, lenguaje común y natural entre las redes sociales. Diseño del experimento. Para la implementación del servicio de la aplicación, se seleccionó una muestra representativa no probabilística, por conveniencia, cuyas edades fluctuaron entre 17 y 60 años, cumpliendo los siguientes criterios: individuos que se dediquen a desarrollar alguna disciplina artística, ya sea intérprete o director,

de preferencia perteneciente al campo musical; también usuarios que requieran contratar servicios del área para el disfrute o ampliar habilidades técnicas. Durante el primer trimestre de 2020 se visitaron escuelas públicas y privadas de nivel superior y centros de venta de instrumentos musicales o locales enfocados a este sector laboral, tal como academias y centros culturales; posterior a dicha fecha, los experimentos se llevaron a cabo en línea mediante plataformas que permitieran videoconferencias, tales como Microsoft Teams versión 4.4. 41.0 al 4.6. 23.0 y en algunos casos Zoom en su versión 5.0. En cuanto a espacios, se utilizó preferentemente una sala de juntas, salón o área donde se pudiera llevar a cabo la dinámica en grupos de 1 a 5 personas; para la versión a distancia sucede lo mismo en cuanto a cantidad de participantes, pero mediante videollamada grupal.

Se les pidió realizar una búsqueda de cuatro tipos de servicios en áreas específicas de la industria musical utilizando medios tradicionales, específicamente una sección amarilla, un clasificado tomado del periódico local y una computadora con acceso a internet y buscador google. Se cronometró y observó comportamientos de los usuarios en el proceso. Al terminar se les presentó el producto mínimo viable (PMV) directamente desde un dispositivo móvil habilitado que emulara el producto final. Repitieron la búsqueda con el mismo, se cronometró nuevamente y se hicieron observaciones de su comportamiento.

Para concluir el experimento se procedió a realizar una breve encuesta y se almacenó la

información recabada, a partir de la cual se tomaron decisiones y adecuaciones al producto. Los estudios de campo y pruebas iniciaron el 27 de enero, con una pausa en los meses de abril a julio, reanudando en modalidad a distancia durante el mes de agosto, dando por terminado el 23 de noviembre de 2020. Se encuestaron a 300 personas que cumplieran con la descripción previamente establecida y con intereses afines por la música.

Resultados y discusión

Los resultados concuerdan efectivamente con el objetivo del proyecto, en la que se menciona que nos encontramos sobresaturados de información por todos los medios, y que hace falta una plataforma especializada para la búsqueda de empleo y promoción de servicios especializados en el campo de la música. Anteriormente se tomó registro de los diferentes anuncios no correspondidos o que tardaban en cumplir su objetivo, como hojas, posters y cartulinas. Todos estos representan el proceso a veces frustrante y tardado a los que se refiere la cuestión. De los encuestados, 100% encontraron lo que buscaban en menos tiempo. Al término del periodo de encuestas y experimentos se observó una ventaja significativa al utilizar la plataforma en versión beta, o MVP, reduciendo los tiempos de búsqueda. Estas incluían: un músico no común (fagotista, clarinetista, cornista), una banda para eventos, un maestro de canto y un estudio de grabación. De tomar aproximadamente 15 minutos por búsqueda, se redujo a 20 segundos. Resulto evidente, la viabilidad de la plataforma cumpliendo con el propósito de ser rápida. Se encontró que existen varias razones que motivan

a la gente a usar plataformas virtuales con este modelo: es más barata, más personalizada y de mayor calidad a nivel humano. Esto último hace que la gente las siga usando; el sentido de conexión con otras personas. Recibes algo que necesitas- un lugar donde descansar, transporte, etc.- de alguien como tú. Conectar con otro ser humano es parte de la actividad comercial (Sundararajan 2017).

Tras haber realizado los experimentos y sus encuestas correspondientes, se observa que, mediante el PMV, se obtienen resultados positivos. Lo anterior, aunado con la documentación de casos no atendidos (periódicos murales, blogs, clasificados), refuerza la necesidad que anteriormente solo existían como suposición basada en la observación. Secciones diversas, así como enfocar los esfuerzos en la experiencia y en la sensación que produce navegar por la plataforma, han sido de gran importancia. La propuesta de innovación es por lo tanto acertada.

Conclusiones

Dentro de las distintas posibilidades para incentivar la actividad económica en los músicos, el modelo económico que mejor se presta por su naturaleza es el de la economía colaborativa con un sistema de enfoque en servicio-producto. Cuando se escucha el término, pensamos de inmediato en plataformas de movilidad urbana, repartición de alimentos a domicilio y de hospedaje, que han facilitado a los consumidores participar en la economía digital, mediante un modelo de negocios que aprovecha la conveniencia y cierto sentido de comunidad debido a que el intercambio ocurre entre

individuos con necesidades similares. Partiendo de esta visión, la idea central permanece intacta sin perder de vista los usuarios finales, en este caso los profesionistas y consumidores musicales.

Uno de los objetivos de esta investigación fue el validar si efectivamente este modelo pudiese dar resultado en la comunidad musical, tomando en cuenta las dinámicas y comportamientos de sus usuarios, es decir, que tan bien se traducirían estos procesos en la práctica basados en su personalidad y hábitos de consumo. Se logró ordenar por campos de profesión a 200 músicos, técnicos y docentes, mismos que pueden consultarse en la plataforma MVP “Plica” y solicitar sus servicios contactándolos a través de sus redes sociales. Estos a su vez han conseguido un aumento significativo en la solicitud de los servicios que ofertan a la sociedad ya que se ha vuelto sencillo y rápido localizarlos. Cabe destacar que durante la contingencia la mayoría de estos servicios han sido de impartición de clases a distancia y citas para compostura de instrumentos.

La actual tendencia hacia el futuro permitirá que la gente obtenga ingresos de sus propias actividades antes que de trabajar para alguna empresa. Esto implica reconstruir nuestro pensar social; un cambio además en el modelo financiero.

Referencias

- Alfonso, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, social y cooperativa, 88,231-258
- AMIPCI. (2019). 15o estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2019. Recuperado de: <https://www.amipci.org.mx/es/estudios>
- Deloitte (2017) Tendencias de consumo global. Recuperado de: www.deloitte.com/global-mobile-consumer-trends
- Fabretti, P. (2014) Telefonica Global Millennial Survey: Global Results Recuperado de: <https://es.slideshare.net/TelefonicaEurope/telefonica-2014-gms-global-master-deck-final-100614?related=1>
- Gutierrez, R. (2017) 6 rasgos clave de los millenials, los nuevos consumidores. Forbes. México, recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Interactive Advertising Bureau (2016). Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos. Recuperado de: <http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2016/03/IABMx-ECMyD2016.pdf>
- Sundarajan, A. (2017). Con la economía colaborativa habrá empleo para todos. El Mundo. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/papel/lideres/2017/05/10/5911b9e6e5fdea9c5d8b46a1.html>
- World Internet Project. (2013) Estudio de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas. Recuperado de: http://www.wip.mx/estudios_wip.html

Efecto de un programa de psicomotricidad para niños con Síndrome de Down

Pablo Miguel González Ayala
Carolina del Rocío Hurtado Ramos
Blanca Giselle Veja Martínez
Eddy Jacob Tolano Fierros
Iván de Jesús Toledo Domínguez

Instituto Tecnológico de Sonora
Departamento Sociocultural
pabloglez0110@gmail.com

Resumen

La investigación tuvo como objetivo valorar el efecto de un programa de psicomotricidad mediante la evaluación de los patrones básicos de movimiento para la mejora de la motricidad gruesa en niños con Síndrome de Down de la Escuela de Deporte Adaptado LCEF. El tipo de investigación es cualitativa, de alcance descriptivo con diseño cuasiexperimental por caso de estudio y de corte longitudinal. El test utilizado fue Mc Clenaghan y Gallahue, el cual evalúa los patrones básicos de movimiento, aplicándose en dos tiempos. En los resultados se observaron mejoras, los sujetos lograron pasar de un estadio a otro, lo que indica que el programa fue efectivo. Se destacó el efecto positivo del programa, ya que se empezó con el 100% en estadio inicial, y en la evaluación final la mayoría se encontraba en los estadios elemental o maduro, por lo tanto el programa mejoró las habilidades motrices de los sujetos.

Palabras clave: Psicomotricidad gruesa, Síndrome de Down, Patrones motores básicos de movimiento

Introducción

Los niños con síndrome de Down (SD) presentan ciertas características que predominan en su

condición tanto física, fisiológica y cognitiva. Suelen tener extremidades superiores e inferiores cortas, además de tener baja estatura en comparación con un niño de su misma edad que no presente SD, también poseen un tono muscular bajo (Troncoso, 2003).

Mallea, Niemeyer y Rodríguez (2013), llevaron a cabo una intervención en 3 centros de Chile e identificaron el nivel y las diferencias del desarrollo motor que presentan los niños y niñas con Síndrome de Down entre 6 y 10 años de edad, utilizando el test de MC Clenaghan y Gallahue (1985), los resultados fueron no significativos ya que no hay clase de educación física impartida en los centros, sin embargo al aplicar el test si se potencia el desarrollo cognitivo de los participantes.

En 2017, Solís menciona que el sistema de Desarrollo Integral Familiar de Sonora emitió datos donde indican que en el estado existen más de 2 mil 300 niños con SD (infantes menores de 12 años).

Actualmente existen pocos especialistas en educación física y en el deporte que se interesen en esta área, por lo cual, son escasas las actividades implementadas y adaptadas para personas con SD, al igual que hay falta de programas de psicomotricidad y organismos que promuevan el deporte inclusivo.

El objetivo de la investigación fue valorar el efecto de un programa de psicomotricidad, mediante la evaluación de los patrones motores básicos de movimiento, para la mejora de la

motricidad gruesa en niños con Síndrome de Down de la escuela de Deporte Adaptado LCEF. Fundamentación teórica.

En 2014, Pérez menciona que se puede definir al SD como un trastorno genético, donde el bebé posee en su núcleo un cromosoma extra, lo que ocasiona una trisomía en el par 21. Los niños con SD presentan ciertas características físicas como lo son el cráneo pequeño, estatura baja debido a sus extremidades cortas, ojos inclinados hacia arriba, la nariz posee un reducido tamaño y es frecuente que presenten desviaciones del tabique nasal. Por lo general presentan cuello corto y ancho, las orejas tienen estructura anormal y algunos suelen tener pie plano (Troncoso, 2003). Según Kumin en el 2008, explica que también suelen padecer retrasos cognitivos debido al descenso del número de neuronas cerebrales, por lo que pueden presentar dificultades para aprender el lenguaje. Berruezo (2000), define la psicomotricidad como un enfoque de la intervención educativa o terapéutica, cuyo objetivo es el desarrollo de las posibilidades motrices, expresivas y creativas utilizando el cuerpo. Por lo tanto la psicomotricidad se puede definir como una relación que existe entre la actividad física y la mente del ser humano al realizar algún movimiento. Dentro de los programas de psicomotricidad, surge la psicomotricidad gruesa donde Ardanza (2009) la define como el control que se tiene sobre el propio cuerpo, principalmente en los movimientos generales dirigidos a todo el cuerpo. Son todas acciones que realizamos con la totalidad del cuerpo, coordinando movimientos y desplazamientos de diferentes extremidades, equilibrio y todos los sentidos.

Metodología

La investigación se llevó a cabo con 3 sujetos con SD, de los cuales dos fueron de sexo femenino y uno del sexo masculino en edades de 8 a 10 años que pertenecían a la Escuela de Deporte Adaptado LCEF. El tipo de investigación es cualitativa, es de alcance descriptivo, presenta un diseño cuasiexperimental por caso de estudio y tuvo un corte longitudinal.

El procedimiento del presente estudio comenzó realizando una recopilación bibliográfica con temas afines al SD y Psicomotricidad gruesa, una vez teniendo conocimiento del área se seleccionó la muestra y se solicitó autorización de los padres, posteriormente se realizó la evaluación inicial utilizando el test de Mc Clenaghan y Gallahue (1985), ya que se obtuvieron los resultados se diseñaron las sesiones de acuerdo a las necesidades que los niños presentaron, seguido a esto, se aplicó el programa el cual tuvo una duración de 12 semanas, iniciando el día 4 de febrero 2019 y finalizando el 10 de mayo 2019, se intervenía 3 veces a la semana con una duración de 30 minutos por clase, después se aplicó la evaluación final a través del mismo test para analizar los resultados obtenidos en ambas intervenciones, utilizando el programa SPSS versión 15.0, para conocer la estadística descriptiva mediante frecuencias y porcentajes, y tener conocimiento del efecto que tuvo el programa de psicomotricidad gruesa en los niños con SD.

El instrumento de evaluación que se utilizó fue diseñado por Mc Clenaghan y Gallahue (1985), el cual evalúa los patrones motores básicos del infante y arroja resultados colocándolos en uno

de los tres diferentes estadios, ya sea inicial, elemental o maduro, en base al movimiento corporal que realiza el niño en las diferentes actividades por cada patrón a evaluar (saltar, correr, lanzar, atrapar y patear).

Resultados y discusión

En la tabla 1, se puede observar que en los tres indicadores de la variable de correr, en la evaluación 1 los tres sujetos que corresponden al 100% se encontraban en el estadio inicial y en la evaluación 2, hubo un progreso donde los tres sujetos, es decir, el 100% ascendieron al estadio elemental.

Tabla 1

Comparación de evaluación 1 y 2 en la variable correr.

CORRER	Evaluación 1		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de piernas (vista lateral)	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Movimiento de los brazos	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Movimiento de piernas (vista posterior)	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

CORRER	Evaluación 2		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de piernas (vista lateral)	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)
Movimiento de los brazos	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)
Movimiento de piernas (vista posterior)	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)

En la tabla 2, se observa que en los 3 indicadores de movimiento de la evaluación 1 el 100% se encuentra en el estadio inicial, y en la evaluación 2 en los indicadores de movimiento de brazos, de piernas y cadera 2 sujetos pasaron al estadio elemental y 1 al maduro, y en el ítem de movimiento de tronco solo 1 sujeto logro pasar al estadio elemental.

Tabla 2

Comparación de evaluación 1 y 2 en la variable saltar.

SALTAR	Evaluación 1		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de Brazos	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

Movimiento del tronco	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Movimiento de piernas y cadera	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
SALTAR	Evaluación 2		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de Brazos	0 (0%)	2 (67%)	1 (33%)
Movimiento del tronco	2 (67%)	1 (33%)	0 (0%)
Movimiento de piernas y cadera	0 (0%)	2 (67%)	1 (33%)

En la tabla 3, se observa que en los 3 indicadores de movimiento de la evaluación 1 el 100% se encuentra en el estadio inicial, en la evaluación 2 en el indicador de Movimiento de brazo se observa que los 3 sujetos pasaron al estadio maduro, en el ítem de movimiento del tronco los 3 sujetos pasaron al estadio elemental y finalmente en el indicador de movimiento de piernas y pies 1 sujeto avanzó al estadio elemental y 2 al maduro.

Tabla 3

Comparación de evaluación 1 y 2 en la variable lanzar.

LANZAR	Evaluación 1		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de Brazos	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Movimiento del tronco	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Movimiento de piernas y pies	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
LANZAR	Evaluación 2		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de Brazos	0 (0%)	0 (0%)	3 (100%)
Movimiento del tronco	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)
Movimiento de piernas y pies	0 (0%)	1 (33%)	2 (67%)

En la tabla 4, se observa que en la evaluación 1 en el indicador de movimiento de la cabeza 1 sujeto se encuentra en el estadio inicial y 2 sujetos en elemental, en la evaluación 2 solo un sujeto logro avanzar a elemental, quedando los 3 sujetos en el mismo estadio, mientras en los ítems de movimiento de los brazos y de las manos en la evaluación 1 los 3 sujetos se encuentran en el estadio inicial, por lo cual en la evaluación 2 de movimiento de los brazos 1 sujeto avanza a elemental y 2 al estadio maduro, por otro lado en el indicador de movimiento de manos los 3 sujetos lograron pasar al estadio elemental.

Tabla 4.

Comparación de evaluación 1 y 2 en la variable atrapar.

ATRAPAR	Evaluación 1		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de la Cabeza	1 (33%)	2 (67%)	0 (0%)
Movimiento de los brazos	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Movimiento de las manos	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

ATRAPAR	Evaluación 2		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de la Cabeza	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)
Movimiento de los brazos	0 (0%)	1 (33%)	2 (67%)
Movimiento de las manos	0 (0%)	3 (100%)	0 (0%)

En la tabla 5, se puede observar que en la evaluación inicial, en los indicadores de movimiento de brazos y tronco, y movimiento de las piernas los 3 sujetos que representan el 100% se encontraban en el estadio inicial y en la evaluación final solo 1 sujeto que representa el 33% se quedó en el estadio inicial y dos sujetos que son el 67% ascendieron al estadio maduro.

Tabla 5.

Comparación de evaluación 1 y 2 en la variable patear.

PATEAR	Evaluación 1		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de Brazos y Tronco	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

Movimiento de las piernas	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
PATEAR	Evaluación 2		
	Inicial	Elemental	Maduro
Movimiento de Brazos y Tronco	1 (33%)	0 (0%)	2 (67%)
Movimiento de las piernas	1 (33%)	0 (0%)	2 (67%)

Ríos (2003) cita a Bautista y Paradas (1991), donde señalan que la población con discapacidad intelectual pueden presentar en general, problemas de equilibrio, déficit en los desplazamientos, dificultades en la ejecución de las habilidades motrices, así como en las destrezas manipulativas, situación relevante para la investigación, ya que los sujetos de estudio presentaron dificultad en la manipulación de pelotas al ser evaluados en la prueba de atrapar y patear, manifestando deficiencias motrices iniciales.

Al analizar los resultados adquiridos, la investigación de Diego y Velázquez (2011), se pudo observar que el programa tuvo un cambio estadístico altamente significativo, es decir, existió una mejoría en los participantes, dado los resultados iniciales y finales, sin embargo en el estudio de Mallea, Niemeyer y Rodríguez (2013),

no se lograron resultados significativos, ya que no se intervino a través de ningún programa, determinando que la intervención adecuada en esta población genera un desarrollo motriz.

Por otro lado, las investigaciones que presentan más de 10 participantes tienen la posibilidad de generar estadísticamente resultados significados, utilizando la estadística inferencial para determinar la significación de los resultados obtenidos, a diferencia de la presente investigación, se manejó la estadística a nivel descriptiva para determinar los resultados, situación que no se logró en este estudio, ya que los sujetos de la Escuela de Deporte Adaptado LCEF fueron solo tres.

Autores como García y García (2018), se dedicaron a observar los patrones motores de correr y saltar aplicando el test en dos días seguidos, determinando el ángulo de los movimientos realizados, otros autores sin embargo, han optado al igual que el presente estudio, evaluar, intervenir y evaluar de nuevo, con el objeto de medir el efecto del programa aplicado, diseñado en base a las necesidades y características de los sujetos, permitiendo mayor desarrollo.

Describiendo que debe aumentarse el desarrollo del patrón de saltar y buscar diversos estímulos que generen su mejora, destacando que una de las características del SD es el bajo tono muscular, punto importante a considerar.

Molina, Juárez y Durazo en el 2017, realizaron una evaluación de las habilidades motrices de atrapar y lanzar donde los dividieron en dos grupos, de

control y experimental, en la evaluación final el grupo de control permaneció en el mismo estadio, no obstante el grupo experimental logró llegar al estadio destacado, comprobando una vez más lo importante que es la aplicación de programas de desarrollo motriz.

Babativa (2016) aplicó un programa de juegos modificados para la mejora del patrón de patear, evaluando el estadio en el cual se encontraban, los sujetos de la Escuela de Deporte Adaptado LCEF, obtuvieron un avance en dicho patrón, donde los ítems se encontraban en 100% en estadio inicial, logrando solo el 67% colocarse en estadio maduro y el 33% en elemental.

Conclusiones

A manera de conclusión se destaca la importancia de aplicar programas de psicomotricidad en niños con SD principalmente a temprana edad, esto, podría ser un factor determinante en la independencia y autonomía de quien recibe las sesiones. Los alumnos que asistieron al programa lograron mejoras en diferentes ejecuciones de algún patrón motriz, pasando de estadio inicial a uno más avanzado.

Se logró cumplir con el objetivo principal de la investigación ya que el programa valoró el patrón motor de los alumnos/as obteniendo resultados positivos, los cuales fueron evaluados por medio de frecuencias y porcentajes, lo que se podría determinar como un programa de intervención efectivo para el desarrollo motriz de los niños con Síndrome de Down, pero al contar solo con 3 sujetos participantes no se puede considerar que se obtuvieron cambios estadísticamente

significativos, a pesar del progreso que se presentó en los niños/as a lo largo de la intervención del programa ya que se requiere de un mayor número de población.

Referencias

- Ardanaz, T. (2009). La psicomotricidad en educación infantil. *Revista Digital Innovación y Experiencias Educativas*, 16, 1-10.
- Babativa, J. (2016). Vinculación del juego modificado para mejorar los patrones básicos motores lanzar, patear y correr en las clases de educación física de los estudiantes del grado 302 entre las edades 8-9 años del colegio universidad libre (tesis de licenciatura). Universidad Libre de Colombia, Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deportes, Bogotá, Colombia.
- Berruezo, P. (2000): El contenido de la psicomotricidad. En Bottini, P. (ed.) *Psicomotricidad: prácticas y conceptos*. pp. 43-99. Madrid: Miño y Dávila. (ISBN: 84-95294-19-2).
- Diego, A., y Velázquez, N. (2011). Programa de desarrollo de habilidades psicomotrices en niños de educación preescolar (tesis de licenciatura). Universidad Pedagógica Nacional Unidad Ajusco, Licenciatura en Psicología Educativa, México.
- García, A., y García, Á. (2018). Observaciones de los patrones motores: andar, correr y saltar en un niño de 8 años. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 23(242), 28-42.
- Kumin, L. (2008). *Helping children with Down syndrome communicate better: speech and language skills for ages 6-14*. Estados Unidos de América: Woodbine House.

Mallea, N., Niemeyer, D., y Rodríguez, L. (2013). Nivel de motricidad de niños con Síndrome de Down de 6 a 10 años de edad medido a través del test de MC Clenaghan y Gallahue (tesis de licenciatura). Universidad de Andrés Bello de Chile Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Educación Física, Santiago, Chile.

Mc Clenaghan, B., y Gallahue, D. (1985). Movimientos Fundamentales Su desarrollo y rehabilitación. Buenos Aires: Editorial Médica Panamericana.

Molina, I., Juárez, A., y Durazo, F. (2017). Evaluación de habilidades motrices básicas mediante la sesión de educación física en una institución de nivel preescolar en el estado de Sonora. En R. Torres (Presidencia). XIV Congreso Nacional de Investigación Educativa. Congreso llevado a cabo en San Luis Potosí, México.

Pérez, D. (2014). Síndrome de Down. Revista de Actualización Clínica Investiga. Vol 45, 2357-2361.

Diagnóstico de las emociones en estudiantes universitarios por la contingencia en un programa de arteterapia

Grace Marlene Rojas Borboa
Ximena Tolosa Soto
Ana Cecilia Leyva Pacheco

Instituto Tecnológico de Sonora
Departamento Sociocultural
grace.rojas@itson.edu.mx

Resumen

Se realizó un diagnóstico a 118 universitarios atendidos voluntariamente en talleres de arteterapia, para determinar sus competencias socioemocionales iniciales; se les aplicó un pretest, con 19 reactivos en escala tipo Likert sobre las dimensiones intra e interpersonal, trabajo de equipo, disfrute de actividades individuales con o sin material, empleo del cuerpo, manejo del tiempo y espacio, la expresión de sentimientos o emociones básicas o profundas, toma de decisiones y valores. Más de la mitad señalaron ser pacientes, tolerantes, empáticos y respetuosos; con respecto a habilidades artísticas señalan su gusto por las plásticas, corporales y musicales; sin embargo, hay disparidad en el trabajo grupal y mostrar sus sentimientos. Es importante para el gestor cultural ayudar a las personas a trabajar con sus emociones y trato con los demás a través de las artes.

Palabras clave: Arteterapia, contingencia, competencias emocionales, universitarios, diagnóstico.

Introducción

Un profesionista es ante todo ser un humano comprometido con su sociedad en la vive y a través de la cual obtiene un sustento digno. No obstante,

la carencia o déficit de competencias sociales y socioemocionales puede provocar el manejo inadecuado de conflictos o de situaciones de vida que alteran su salud y bienestar en general. Dichas competencias son un bien intangible de mucho valor para la salud mental y desarrollo humano en general. Por ejemplo, la comunicación, el compañerismo, el trabajo duro y poder ponerse en el lugar de los demás son fundamentales, sin embargo, no todas las profesiones y los alumnos observan esas habilidades como indispensables, de ahí la importancia de hacer hincapié en su fortalecimiento (Kepowicz, 2011). Quienes cuentan con unas competencias emocionales más o menos adquiridas adquieren más éxitos que fracasos (Blanes, Gisbert y Díaz, 2014).

Incluso la Secretaría de Educación Pública en su nuevo modelo educativo propone para el ciclo 2020-2021 en sus planes y programas de estudio, la educación socioemocional para comprender y manejar sus emociones que prevean conductas de riesgo, asociándose con el éxito profesional, la salud y la participación social, minimizando la vulnerabilidad (SEP, 2017).

La gestión cultural tiene muchos campos, entre ellos el de las artes. El o la Gestora Cultural requiere conocer y gestionar competencias socioemocionales a nivel individual, grupal y comunitario a través de la atención de las diferentes problemáticas y su superación como factor del cambio cultural y social en general, entre ellas fomentar la movilización de emociones hacia el cuidado de hombres y mujeres por igual, ya que, ante esta pandemia, todos y todas somos vulnerables.

Dado lo anterior, el Programa Educativo de Gestión y Desarrollo de las Artes del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), inicia el Proyecto Arteterapia para Universitarios en el 2019 y a inicios del verano 2020, los y las estudiantes se tuvieron que adaptar para continuar con sus estudios de manera no presencial por covid-19, configurándose por primera vez dicho proyecto en modalidad remota-virtual.

Para la programación de los talleres se consideraron factores hipotéticos que podrían propiciar un desajuste emocional estaban el confinamiento de duración indeterminada, enfermedad del estudiantado o familiares por la pandemia, falta de respuesta de sus docentes en plataformas virtuales, de relaciones interpersonales y contacto físico.

Serrano (2006), enfatiza la relación y se diseña la situación terapéutica para promover la auto-expresión, reflexión sobre sí mismo y su relación con la realidad, por lo que programa de arteterapia busca que las y los estudiantes se habiliten en competencias socioemocionales que contribuyan a un adecuado manejo del estrés, comunicación eficaz, manejo de conflictos, entre otras actitudes y valores indispensables para su desempeño laboral y profesional.

Objetivo

Realizar un diagnóstico de la comunidad universitaria del Instituto Tecnológico de Sonora, atendida en talleres de arteterapia para determinar sus competencias socioemocionales iniciales.

Método

Participaron en el estudio 118 estudiantes, de diversas carreras del ITSON, de los semestres desde primero a octavo, promedio de rango de edad de 20 a 22 años, siendo 95 mujeres y 25 hombres, quienes voluntariamente se inscribieron en el programa y aceptaron responder el instrumento al inicio el cual valora dimensiones de la comunicación intra e interpersonal, de trabajo de equipo, de disfrute de las actividades individuales con o sin material, con el empleo del cuerpo, manejo del tiempo y del espacio, expresión de sentimientos o emociones básicas o profundas, toma de decisiones y valores.

La encuesta aplicada, consta de 19 reactivos a ser contestados en una escala tipo Likert con opciones de respuesta que van en un continuo de 1 a 5; siendo 5 la puntuación mayor y 1 la puntuación menor. Cabe mencionar que estos resultados forman parte de otro proyecto en el cual se revisará el impacto del programa desarrollado, para efectos de este escrito, serán solo los resultados iniciales.

Resultados

A continuación, se muestran los resultados obtenidos a modo de gráficas, describiendo el pretest aplicado:

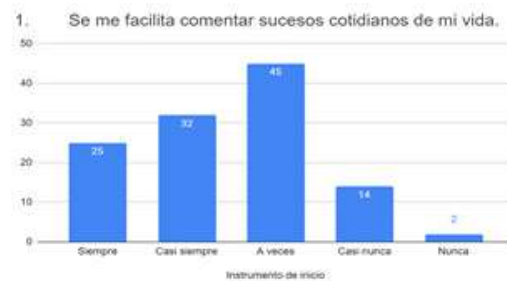


Figura 1

En la Figura 1 se puede ver como a 57 personas se les facilita siempre y casi siempre comentar sucesos de la vida cotidiana, mientras que a 61 a veces, casi nunca y nunca.

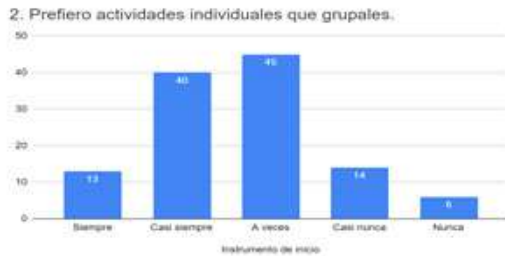


Figura 2

A esta pregunta, 53 personas respondieron que siempre y casi siempre prefieren actividades grupales, mientras que 65 contestaron que a veces, casi nunca y nunca.



Figura 3

En la Figura 3, se puede apreciar que 90 personas contestaron que siempre y casi siempre son pacientes con las actividades que tienen un tiempo establecido y 28 personas a veces o casi nunca lo son.

Los resultados de la pregunta 4 indican que a 95 personas siempre y casi siempre disfrutaban las actividades plásticas mientras que 21 a veces o nunca, prefieren otro tipo de actividad. Ver Figura 4.

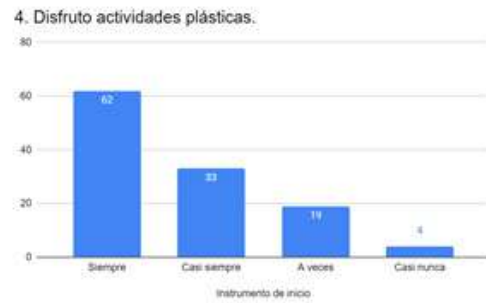


Figura 4

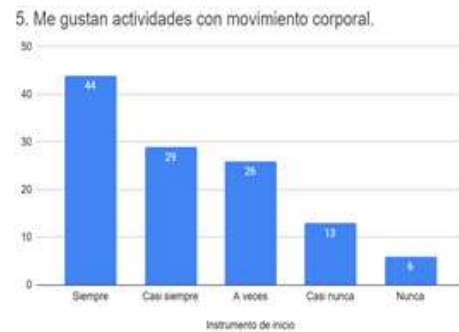


Figura 5

La Figura 5, indica que a 73 personas siempre y casi siempre les gustan las actividades con movimiento corporal, mientras que 45 a veces, casi nunca y nunca.

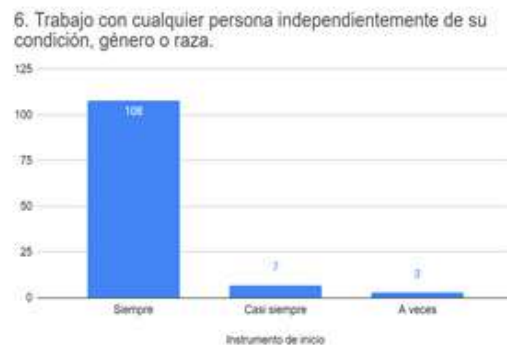


Figura 6

La Figura 6, muestra como la mayoría de los entrevistados (115 personas) contestaron que

trabajar siempre y casi siempre con cualquier persona independientemente de su condición, género o raza, a lo que 3 respondieron que a veces (tolerancia).

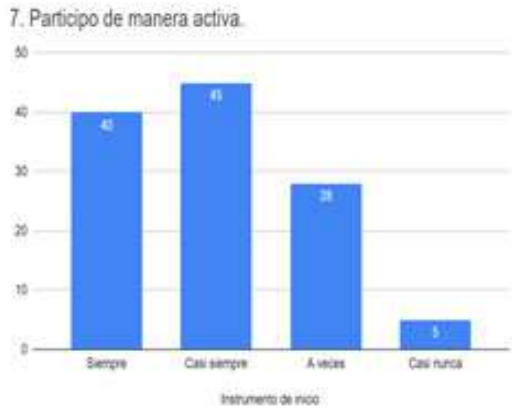


Figura 7

85 personas contestaron que siempre y casi siempre participan de manera activa, mientras que 33 respondieron que a veces o casi nunca. Ver Figura 7.

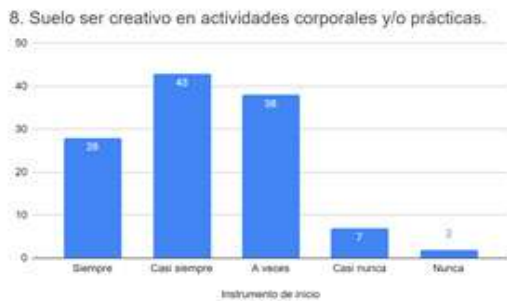


Figura 8

La Figura 8 muestra que 71 personas siempre y casi siempre suelen ser creativos, mientras que 47 contestaron que a veces, casi nunca y nunca. En la siguiente figura (Figura 9), vemos que 66 personas contestaron que siempre y casi siempre comentan sobre su creación plástica después

de trabajar con materiales, mientras que 42 respondieron que a veces, casi nunca y nunca.

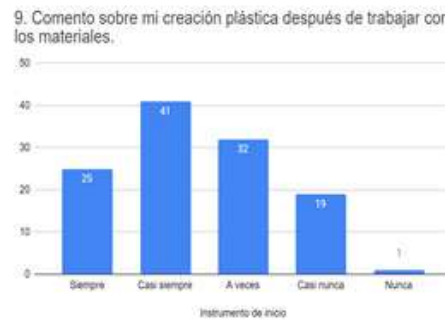


Figura 9

56 personas respondieron que siempre y casi siempre realizan retroalimentación después de alguna actividad individual o grupal mientras que 62 contestaron que a veces, casi nunca y nunca. Ver Figura 10.

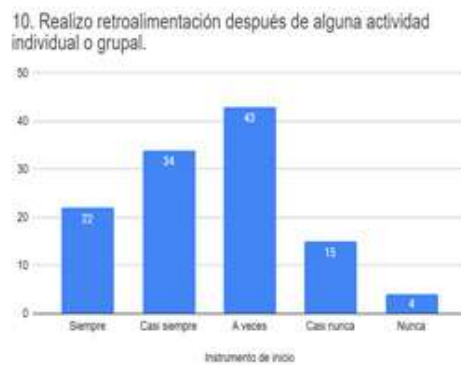


Figura 10

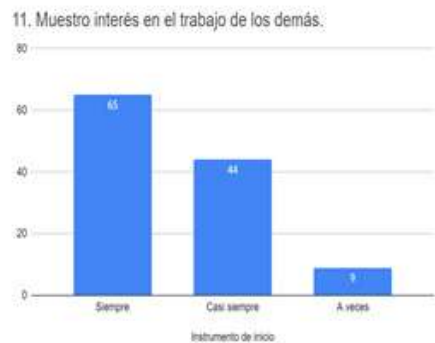


Figura 11

En la figura anterior (Figura 11), puede observarse que 109 personas contestaron mostrar interés en el trabajo de los demás y 9 respondieron que a veces (humildad).

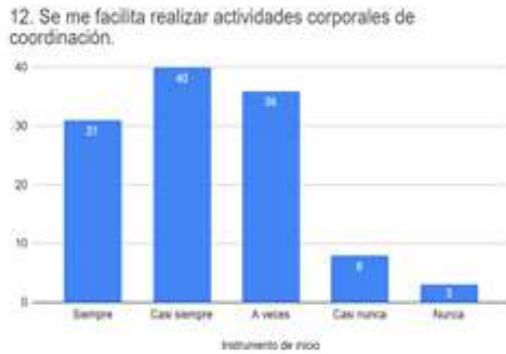


Figura 12

La Figura 12 muestra como 71 personas respondieron que siempre y casi siempre se les facilita realizar actividades corporales de coordinación y 47 contestaron que a veces, casi nunca y nunca.

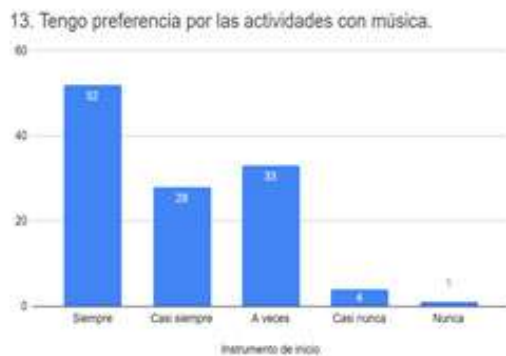


Figura 13

La Figura 13 muestra como 80 personas comentaron tener preferencia por las actividades con música mientras que 38 respondieron que a veces, casi nunca y nunca.

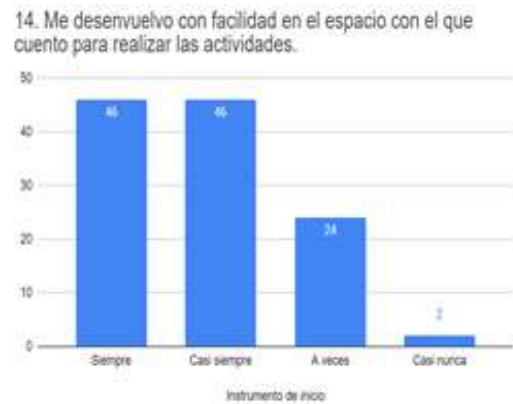


Figura 14

En la Figura 14 vemos como 92 personas contestaron siempre y casi siempre que se desenvuelven con facilidad en el espacio con el que cuentan para realizar las actividades, mientras que 26 respondieron que a veces y casi nunca.

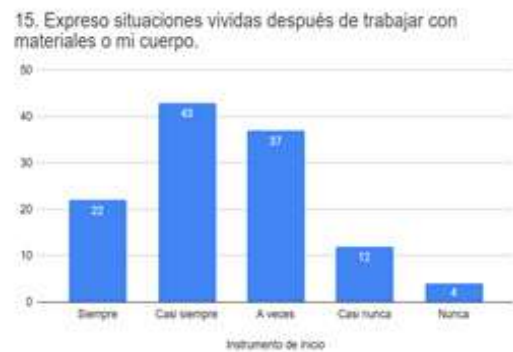


Figura 15

En la Figura 15 podemos ver que 65 personas contestaron que siempre y casi siempre expresan situaciones vividas después de trabajar con materiales o su cuerpo y 53 que a veces, casi nunca y nunca.

A continuación se observa la Figura 16, en donde 86 personas mencionan que siempre y casi

siempre proyectan sus emociones o sentimientos a través de actividades y 32 que a veces y casi nunca.

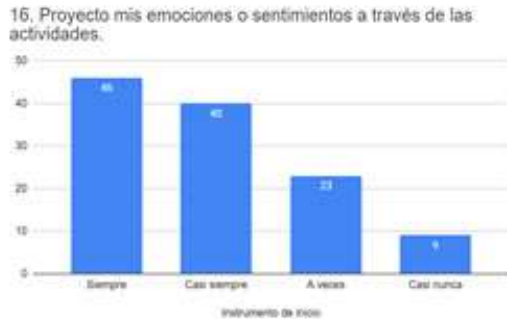


Figura 16

La Figura 17 muestra como 40 personas respondieron que siempre y casi siempre comunican situaciones incómodas, mientras 78 contestaron que a veces, casi nunca y nunca.

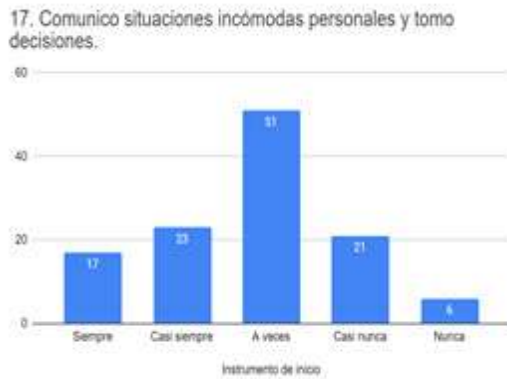


Figura 17

En la siguiente figura (Figura 18), se muestra a 111 personas que comentaron que muestran empatía con los integrantes del grupo y 7 respondieron que a veces y casi nunca.

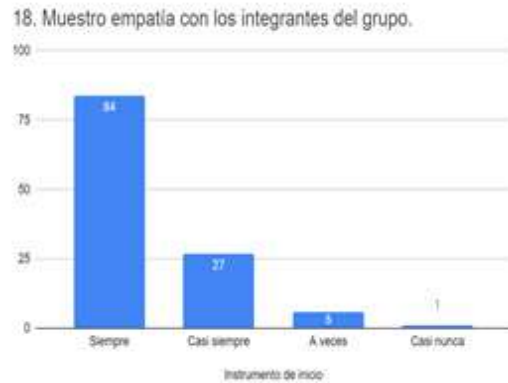


Figura 18

Por último, en la Figura 19 se muestra como 113 personas respondieron que siempre y casi siempre respetan a quienes integran el grupo a partir de las emociones surgidas en la dinámica y 5 contestaron que a veces y nunca.

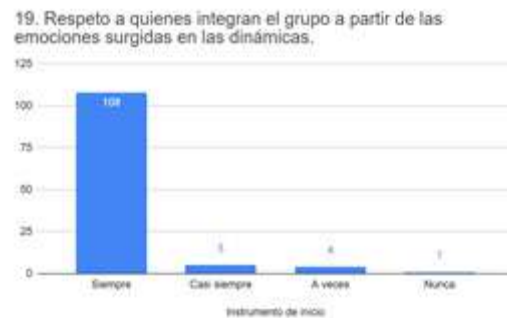


Figura 19

Puede verse que la implementación de talleres de arteterapia en universitarios señala posibilidades de mejora para la intervención y el seguimiento, coincidiendo con lo señalan Chacón y González (2015), donde para ellas es imprescindible la implementación de la arteterapia, práctica que ha constatado beneficios tanto en los procesos educativos a lo largo de la vida como en la actuación clínica, ayudando a prevenir o curar

patologías existentes, consiguiendo una mejora del bienestar individual y colectivo.

De la Cruz (2013), señala que un gestor y en este caso es del tipo artístico se apoya en especialistas para atender las diferentes problemáticas que atraviesan las comunidades. Así el papel del gestor cultural se configura agregando a su quehacer la intervención social a través de la Arteterapia para gestionar y movilizar emociones que lleven a la resiliencia y bienestar de sus comunidades al atender las problemáticas que prevalecen en el corazón de las mismas.

Conclusiones

El programa arteterapéutico está constituido para ofrecer acompañamiento a los estudiantes, sostenerlos, entenderlos y dialogar sobre sus vivencias a través de las artes y que sea a través de sus pares, brindará confianza para expresarse aún más.

Las competencias socioemocionales son recursos individuales para afrontar situaciones de la vida cotidiana, académica y social en general, las cuales se van configurando a través de experiencias de vida, del apoyo social recibido y el aprendizaje, de ahí la importancia que se fomenten, se promuevan de manera transversal en la formación universitaria.

La atención a estudiantes desde un enfoque sociocultural es fundamental, considerando que el grupo es una fuente de aprendizaje y de modelamiento social y apoyo. De ahí que el trabajo de arteterapia se constituya en una alternativa de mediación y/o de gestión cultural para la promoción del desarrollo humano e

integración social de individuos, grupos y comunidades.

Hasta hoy, los resultados del diagnóstico, permiten deducir que a la mayoría de estudiantes se le dificulta expresar sucesos de vida, habilidades para el trabajo grupal y manejo de conductas asertivas; sin embargo, por otro lado, se observaron muchas fortalezas, ya que la mayoría de estudiantes señaló conductas y actitudes de tolerancia, empatía, de interés hacia las actividades de expresión corporal y artísticas; por lo que, si se pudiera hacer una proyección dada las respuestas iniciales, se tendrían resultados favorables al culminar la intervención.

Referencias

- Blanes C., Gisbert V. y Díaz P. (2014). La importancia de las competencias emocionales en la gestión de unidades organizativas. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4817943.pdf>
- Chacón, H. y González, E. (2015). La expresión artística y la arteterapia como herramientas emancipadoras. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*. No. 16. Recuperada de https://www.researchgate.net/profile/Helena_Chacón-Lopez/publication/305789368_La_expresion_artistica_y_la_arteterapia_como_herramientas_emancipadoras/links/57a1d3a408aeef35741c5332.pdf
- De la Cruz A. (2013). Oferta de talleres de Arteterapia en empresas de Gestión Cultural. Trabajo de posgrado de la Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/44573>
- Kepowicz, B. (2011). La importancia de las competencias sociales en la formación ética de

los profesionistas. En A. Hirsh (Coord.). Ética profesional. Construcción de conocimiento interdisciplinario. (pp. 189-207). México: Gernika. Recuperado de http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/1000/Texto_9.pdf?sequence=1

SEP (2017). Aprendizajes clave para la educación integral. Plan y programas de estudio para la educación básica. Recuperado de https://www.planyprogramasdestudio.sep.gob.mx/descargables/APRENDIZAJES_CLAVE_PARA_LA_EDUCACION_INTEGRAL.pdf

Serrano, P. (2006). El arte terapia como herramienta de prevención de Burnout en profesionales de la salud. Santiago. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Normas y lineamientos para presentar artículos

Revista La Sociedad Académica

Escríbenos: sacademi@itson.edu.mx

La revista “La Sociedad Académica” tiene como objetivos estratégicos: Impactar favorablemente en el desarrollo de la imagen institucional, divulgando el conocimiento desarrollado y contribuir en la conformación de redes de colaboración tanto internas como externas a través de la difusión de las publicaciones de diversas corrientes filosóficas, científicas, técnicas y humanistas en el marco de su normatividad, a fin de elevar la cultura organizacional e impactar positivamente en el desarrollo de la comunidad universitaria; por ello semestralmente, se invita a presentar artículos para la presente edición.

El Comité Editorial de la Revista “La Sociedad Académica” sólo someterá a dictamen de su cartera de especialistas, artículos que no hayan aparecido en otros medios impresos o en línea y que no estén en proceso editorial de otra publicación. Podrá participar toda la comunidad universitaria del ITSON así como de otras IES.

REQUISITOS:

Nombre completo, institución de procedencia, departamento de adscripción y correo electrónico de cada uno de los autores.

Incluya un **resumen** del artículo, el cual, no deberá rebasar las 150 palabras.

Identifique y seleccione las palabras clave de su trabajo para incluir al menos tres y máximo seis palabras.

El trabajo deberá contar con los siguientes apartados:

- *Introducción*: se sugiere utilizar una redacción clara y sencilla. La introducción incluye la contextualización y/o antecedentes del trabajo, el planteamiento del problema o tema objeto de estudio, el objetivo e hipótesis si existieran.

- *Fundamentación teórica*: presentar su marco de referencia con los principales elementos que dan sustento al desarrollo del trabajo, con las citas correspondientes. Es muy importante que en la revisión teórica se incluya a los autores más importantes y reconocidos del área que estén abordando.

- *Metodología*: incluye la descripción de sujetos, instrumentos, procedimiento y tipo de investigación. El procedimiento debe ser tan claro y detallado que pueda replicarse.

- *Resultados y discusión*: en este apartado deben incluirse los principales hallazgos encontrados, incluyendo cuadros y/o figuras, con la finalidad de mostrar lo más claro posible estos resultados; así como los parámetros estadísticos. También se debe incluir la explicación y argumentación de los resultados y comparación con otros autores.

- *Conclusiones*: resaltar las más importantes de la investigación, haciendo particular énfasis

en la respuesta a los objetivos planteados en la introducción e indicando si se cumplió o no con los mismos. Se pueden incluir algunas recomendaciones o sugerencias propuestas por el investigador.

- *Referencias:* al final del artículo se incluirá la lista de referencias, presentadas por orden alfabético. Todas las citas que sean mencionadas en el cuerpo del trabajo, deben aparecer en la lista de referencias y no debe incluirse en dicho apartado la literatura que no haya sido citadas en el texto. Se recomienda que la bibliografía consultada no pase de 10 años de haber sido publicada.

- *Citas:* en el texto, deberán incluir el apellido del autor y la fecha de publicación de su obra. Se deberá mencionar la fuente directamente consultada; por ejemplo, si lo consultado fue un abstract, será señalada la referencia de éste último y no del artículo completo. Las citas pueden incluirse en tres formatos dentro del cuerpo del trabajo:

1. Fernández (2008), menciona que...
2. Con relación a lo anterior, el estudio sostiene que... (Fernández, 2008).
3. En 2008 Fernández realizó un estudio sobre....

Ejemplos de citas:

Un autor: “Castro (1998) llegó a conclusiones diferentes” o “en un reciente estudio se llegó a conclusiones diferentes ... (Castro, 1998).

Dos autores: “Borbón y Rodríguez (1980) muestran resultados similares...”

Más de dos autores: cuando un trabajo tenga tres, cuatro o más autores, cítelos a todos la primera vez que se presente la referencia; en citas subsecuentes, incluya únicamente el apellido del primer autor, seguido de et al. (sin cursivas y con un punto después de “al”) y el año, si se trata de la primera cita de la referencia dentro de un párrafo.

Ejemplo:

Wasserstein, Zapulla, Rosen, Gerstman y Rock (1994) encontraron que (primera cita en el texto). Wasserstein, et al. (1994) encontraron que (así quedarán en lo subsecuente del trabajo).

Otras recomendaciones al momento de citar:

Cuando un trabajo no tiene fecha de publicación, cite en el texto el nombre del autor, seguido de una coma y la abreviatura s. f., para indicar “sin fecha”.

Cuando se citen varias obras en una misma oración, se colocarán en orden alfabético y -si están entre paréntesis- separadas por un punto y coma. Ejemplo “En diversos estudios (Hidalgo, 1969; Poire y Ollier, 1977; SARH, 1977) recomiendan los métodos tradicionales”.

Los trabajos no publicados, productos de simposium, conferencias, paneles, etcétera, se citan solamente en el texto y con los datos necesarios, ejemplo: “Esta propuesta ha sido presentada en diversos foros (R. López, Alternativas para rehusos de agua. V Simposium Nacional de Ciencias del Agua. Torreón, Coah., 1986), ha manifestado su postura en torno a la explotación irracional de la tierra”.

Cuando el autor cite a otro autor; deberá indicarse primeramente el apellido del autor original y la fecha entre paréntesis seguido de una coma, después el apellido del revisor y el año de la publicación, ejemplo:

“Thompson (1985), citado por Alfaro (2001) sugiere modificar las conclusiones del estudio”.

• Recomendaciones adicionales sobre Referencias: las referencias utilizadas en la elaboración del artículo, deberán aparecer al final del mismo, bajo las siguientes normas:

1. Deberá llevar el título de “Referencias”.

2. El listado se organiza en orden alfabético. Cuando ordene varios trabajos realizados por el mismo autor, proporcione el nombre de éste en la primera referencia y en las subsecuentes, utilice las siguientes reglas para alfabeticar las entradas:

a) Las entradas de un sólo autor por el mismo autor se ordenan por el año de publicación, primero el más antiguo.

b) Las entradas de un sólo autor preceden a las de autor múltiple, que comienzan con el mismo apellido.

c) Las referencias con el mismo primer autor y segundo o tercer autores diferentes se ordenan alfabéticamente por el apellido del segundo autor o, si éste tiene el mismo apellido, se tomará el del tercero y así sucesivamente.

d) Las referencias con los mismos autores en la misma sucesión se ordenan por el año de publicación, con el más antiguo en primer lugar.

e) Las referencias con el mismo autor (o con los mismo dos o más autores en el mismo

orden) con la misma fecha de publicación se ordenan alfabéticamente por el título (excluyendo los artículos) que sigue a la fecha.

Todas las referencias llevan sangría francesa y a espacio sencillo.

4. Colocar los datos de la fuente consultada, de la siguiente manera:

• Cuando proviene de una revista
Autor, A. A., Autor, B. B. & Autor, C. C. (Año de publicación). Título del artículo. Título de la revista, número, páginas en las que aparece el artículo citado.

Ejemplo: Nicoletti, P. L., Anderson, D. A & Paterson S. B. (1998). Utilization of the cord test in Brucellosis eradication. Journal of the American Veterinary Medicine, 151, 178-183.

• Cuando proviene de libros
Autor(es). (Año). Título. (Número de edición). Lugar de edición: Editorial.

Ejemplo: Franklin, S. y Terry G. (1991). Principios de administración. (7ma. ed.). México: Edit. Cía. Editorial Continental.

• Cuando proviene de una fuente electrónica (Internet)

Autor, A. A. (Año de publicación). Título del trabajo. Recuperado día, mes y año, de la fuente.
Ejemplo: García, R. I. (2004). Las comunidades de aprendizaje. Recuperado el 23 de octubre de 2006 de <http://www.monografias.com/documentos/27.pdf>

• Cuando proviene de un artículo de revista científica en prensa :

Autor (en prensa). Nombre del artículo. Nombre de la revista.

Ejemplo: Zuckerman, M. & Kieffer, S. C. (en prensa). Race differences in FACE-ism. *Journal of personality and Social Psychology*.

- Cuando proviene de un boletín informativo

Autor. (fecha como aparece en el ejemplar). Nombre del artículo. Nombre del boletín, volumen, número de páginas. Ejemplo: Brown, L. S. (1993, primavera). Antidomination training as a central component of diversity in clinical psychology education. *The Clinical Psychologist*, 46, 83-87.

- Cuando proviene de una disertación doctoral no publicada

Autor. (fecha). Nombre de la disertación. Disertación doctoral no publicada, nombre de la universidad, lugar. Ejemplo: Wilfley, D. E. (1989). Interpersonal analyses of bulimia. Disertación doctoral no publicada, University of Missouri, Columbia, EE. UU.

- Cuando proviene de una tesis de maestría no publicada

Autor. (fecha). Nombre de la tesis. Tesis de maestría no publicada, nombre de la universidad, lugar.

Ejemplo: Almeida, D. M. (1990). Fathers participation in family work. Tesis de maestría no publicada, Universidad de Victoria, Columbia Británica, Canadá.

- Cuando proviene de una enciclopedia o diccionario

Nombre del editor (Ed.). (fecha). Nombre del

diccionario o enciclopedia (número de edición, volúmenes). Ciudad: Editorial.

Ejemplo: Sadie, S. (Ed). (1980). *The new Grove dictionary of music and musicians* (6ª. ed., Vols. 1-20). Londres, Inglaterra: Macmillan.

- Cuando proviene de un capítulo de un libro

Autor. (fecha). Título del artículo o capítulo. El nombre de los editores del libro (Eds.), título del libro y (número de páginas del artículo o capítulo). Lugar de edición: Editorial.

Ejemplo: Massaro, D. (1992) Broadening the domain of the fuzzy logical modelo of perception. En H. L. Pick, Jr. Van den Broek & D.C. Knill (Eds.), *Cognition: Conceptual and methodological issues* (pp. 51-84). Washington, DC, EE. UU.: American Psychological Association.

- Cuando proviene de un periódico (artículo con autor y sin autor)

Autor. (fecha). Nombre del artículo. Nombre del periódico, página o páginas. Nombre del artículo. (fecha). Nombre del periódico, página o páginas. Ejemplo: Schwartz, J. (1993, 30 de septiembre). Obesity affects economic, social status. *The Washington Post*, p. A12. New drug appears to sharply cut risk of death from heart failure. (1993, 15 de Julio). *The Washington Post*, pp. A1, A4

- Cuando proviene de un organismo o empresa como autor

Nombre completo de la empresa u organismo. (fecha). Nombre del libro. (número de edición) Lugar: Editorial (si el editor es el mismo organismo se pone la palabra Autor).

Ejemplo: American Psychiatric Association. (1991). *Diagnostic and statistical manual of*

mental disorders (4ª. ed.) Washington, DC, EE. UU.: Autor

NOTA: Cualquier otro tipo de referencia aquí no contemplada, basarse en las especificaciones del Manual de la APA para ver la forma de presentarse.

i) Cuadros, gráficas, mapas, esquemas e ilustraciones.

Deberán incluir su respectiva fuente, aparecerán en hojas numeradas, después de la bibliografía. El autor enviará también los datos numéricos a partir de los cuales se generaron las gráficas. Todos los materiales gráficos irán respaldados en formatos .jpg o .gif, a 400 dpi de resolución; las gráficas deberán ser enviadas en Excel. En el texto, el autor indicará el lugar donde entrará cada uno de ellos, mediante la siguiente instrucción: “entra Figura 5”.

j) Una vez que el autor considere que su trabajo cumple con todo lo anterior entonces puede enviar su artículo al correo electrónico sacademi@itson.edu.mx

Lineamientos Generales para la Publicación de Artículos

Los artículos propuestos serán evaluados por especialistas, a través del Consejo Editorial de la revista, y deberán tener las siguientes características:

1. Los trabajos deberán ser originales e inéditos. Cualquier artículo que haya sido publicado en algunos de los órganos informativos internos y externos al Instituto no podrá publicarse en La Sociedad Académica.

2. El título deberá ser atractivo, no ser demasiado extenso. En caso de que éste sea de una investigación deberá reducirlo y dentro de la investigación podrá hacer referencia al nombre original.

3. El lenguaje utilizado en los artículos deberá ser claro y sencillo, sin perjuicio del nivel informativo y adecuado al tipo de escrito elaborado.

4. Deberá evitar en lo posible el uso de abreviaturas, y en caso necesario, se deberá explicar su significado mediante el uso de paréntesis.

5. No incluir en el texto del artículo el nombre del autor o autores; así como en las propiedades del documento (en el caso del archivo electrónico).

6. Los artículos deberán ser enviados por el autor al correo de la revista: sacademi@itson.edu.mx

Para ser incluido en nuestra publicación, todo artículo será sometido a una base de selección y a un proceso de dictamen. En la primera fase el Comité Editorial seleccionará los artículos que correspondan con la línea editorial de la Revista y que cumplan con los requisitos académicos indispensables de un artículo científico. En la segunda etapa los trabajos seleccionados serán dictaminados por dos especialistas o más en la materia, los cuales emitirán su decisión de manera anónima. El resultado puede ser: a) aceptado, b) sujeto a cambios, y d) no aceptados. En todo caso, la evaluación será inapelable.

IMPORTANTE: Una vez que el artículo sea aprobado, el autor se comprometerá a firmar una carta de cesión de derechos de exclusividad a la Revista y a dar su autorización para que, eventualmente, el artículo sea reproducido en formato impreso o digital.

Los autores de artículos recibirán un ejemplar del número de la Revista en la que aparezca publicado su trabajo o podrán descargarla en la página de la universidad.

**Auditoría administrativa aplicada en una empresa de comercio
de Empalme, Sonora**

*Josué Samuel Parra González, Vianca Yeraldih Salazar García, Blanca Delia
González Tirado, Nidia Carolina Ruiz Salas y Rosario Karina Vélez Hernández*

Orientación de la ingesta dietaria en los deportistas de halterofilia

Diana Itzel Armenta Soto

**Análisis de la innovación de productos y procesos en
las empresas restauranteras de Cajeme**

*Perla Guadalupe Alvarado Valenzuela, José Guadalupe Flores López y
Alma Rocío García García*

Adaptación de modelo de economía colaborativa para la industria musical

Adrián Raúl Romero Ponce

**Efecto de un programa de psicomotricidad para niños
con Síndrome de Down**

*Pablo Miguel González Ayala, Carolina del Rocío Hurtado, Blanca Giselle
Vea Martínez, Eddy Jacob Tolano Fierros e Iván de Jesús Toledo Domínguez*

**Diagnóstico de las emociones en estudiantes universitarios
por la contingencia en un programa de arteterapia**

Grace Marlene Rojas Borboa, Ximena Tolosa Soto y Ana Cecilia Leyva Pacheco

Normas y lineamientos para presentar artículos