



Decanato de Negocios

**MEMORIAS DE
INVESTIGACIÓN**

JULIO 2017 – ENERO 2018

TABLA DE CONTENIDO

Artículos	1
Capítulos de libro	5
Memorias en congresos	12
Estancias de investigación	20
Casos de estudio	21
Información de Investigadores	22

Artículos

TÍTULO **Pichat's Algorithm for the Sustainable Regional Analysis Management: Case Study of Mexico.**

ABSTRACT

The group of regions with common similarities allow the improvement of its competences management, support its integration processes, as well as strengthen the social and economic development of the regions that form a group.

The analysis of regions with multidimensional characteristics, make necessary the application of concepts, models and algorithms that allow the analysis of ambiguous variables. The presented model seeks to contribute to an informed decision making, closer to reality while identifying those regions that because of its characteristics, share common features to relatively higher levels.

The goal of this work is to design a process of grouping regions from the analysis of sustainable indicators, this will allow us maximize the resources in amplitude and quantity with the purpose to generate synergies in order to take the maximum advantage of the capacities of development and well-being.

To reach such a goal, a methodological approximation based on Pichat's algorithm is done using sustainable development indicators of each region as a reference and suggesting the degree of similarity among the regions so the determination of similar groups is possible.

Key words: grouping, diffused logic, social well-being, sustainable growth, Pichat's algorithm.

AUTORES Pinto López, I.N., Gil Lafuente A.M., Sánchez, Flores, G.

NOMBRE DE LA REVISTA Studies in Systems, Decision and Control. Vol. 125

AÑO DE PUBLICACIÓN 2018

ISSN IMPRESO 2198-4182

ISSN ELECTRÓNICO 2198-4190

CITAS

TÍTULO **Imagen Corporativa en el Comportamiento del Consumidor y productos para bajar de peso en universitarios.**

ABSTRACT

Las sociedades occidentales están experimentando en las últimas décadas drásticos trastornos en la alimentación de su juventud, especialmente en las mujeres, aunque los hombres no están exentos de estos desequilibrios alimenticios. Existen factores sociales y culturales que han propiciado el culto a lo bello y al ideal corporal, entre los que se encuentran factores directos e indirectos; dentro de los directos se encuentran la autoestima, los desórdenes alimenticios y la automedicación; entre los factores indirectos se encuentran los medios de comunicación, las presiones que ejercen terceras personas, los grupos de referencia (parejas, familiares y amigos) y sobre todo la cultura del culto a lo bello. El objetivo de esta investigación cuantitativa, descriptiva y transversal, es determinar cuáles son los factores que más inciden en el consumo de productos para bajar de

peso en los jóvenes universitarios. Los resultados demuestran que los tres factores que afectan el consumo de este tipo de productos son: el impacto de la cultura de lo bello en la población, la automedicación y los medios de comunicación.

AUTORES	Ramírez Murillo, L. M.
NOMBRE DE LA REVISTA	Invurnus, Universidad de Sonora, Vol.12, No. 2
AÑO DE PUBLICACIÓN	Julio-Diciembre 2017
ISSN IMPRESO	2007-5421
ISSN ELECTRÓNICO	
CITAS	

TÍTULO	La representación social de la empresa y el trabajo.
ABSTRACT	<p>El mercado laboral contemporáneo en la ciudad de Puebla se ha estado enfrentando a un problema recurrente relacionado con la inclusión en las organizaciones de profesionales recién egresados de las universidades de la entidad, manifestándose éste en su actitud ante el trabajo a desempeñar, influidos por la propia cultura y por factores como los medios masivos de comunicación, la escuela y la familia.</p> <p>El objetivo de esta investigación, no experimental, cuantitativa, descriptiva y transversal simple es analizar las percepciones que los empresarios poblanos del ramo servicios adscritos a la COPARMEX-Puebla tienen sobre la actitud hacia el trabajo de estos profesionistas y que de cierta forma afecta su comportamiento laboral.</p> <p>Los resultados demuestran que las actitudes hacia el trabajo percibidas por los empresarios son negativas resaltando entre ellas la desconfianza, la inconstancia, la desorganización en el trabajo, la irresponsabilidad y la falta de búsqueda de éxito.</p>

AUTORES	Ramírez Murillo, L. M.
NOMBRE DE LA REVISTA	Ciencias Administrativas. Teoría y praxis. No. 2. Año 12.
AÑO DE PUBLICACIÓN	Enero-Julio 2017
ISSN IMPRESO	1405-924X
ISSN ELECTRÓNICO	
CITAS	

TÍTULO	Motivación intrínseca y sostenibilidad del talento. Un estudio piloto de la industria automotriz en el estado de Puebla.
ABSTRACT	<p>Este estudio analiza las problemáticas y tendencias en la motivación del talento humano en empresas del sector automotriz en el Estado de Puebla. El énfasis está puesto sobre la motivación intrínseca de practicantes, empleados en niveles que van desde líderes de proyectos y mandos medios, hasta mandos directivos. Se analizan los retos actuales del sector, donde existe una complejidad particular que hace necesaria la evaluación de la motivación intrínseca desde la óptica de las distintas generaciones, misma que permitirá desarrollar estrategias sostenibles del talento. El instrumento está basado en una adaptación del Inventario de Motivación Intrínseca, del modelo de Motivación</p>

Intrínseca y en sesiones de trabajo basadas en la metodología de focus groups.

Palabras clave

Generaciones, industria automotriz, Inventario de Motivación
Intrínseca, motivación, sostenibilidad del talento

AUTORES	Montaudon, C., Cruz, J. y Gil, E.J.
NOMBRE DE LA REVISTA	Vinculatéfica EFAN, Año 2, Núm. 1
AÑO DE PUBLICACIÓN	Enero-Julio 2016
ISSN IMPRESO	
ISSN ELECTRÓNICO	2448-5101
CITAS	

TÍTULO

Reencuadre y Categorización para la formación universitaria de emprendedores.

ABSTRACT

La investigación abordó el cambio de paradigma del modelo formativo economicista tradicional al modelo de emprendimiento que atiende los desafíos actuales de manera creativa e innovadora. El estudio se situó en el eje de Gestión Educativa. El objetivo fue reconocer las categorías emergentes sobre la formación universitaria de emprendedores mediante la técnica de reencuadre, basado en el design thinking. El estudio incluyó 18 participantes de una institución de educación superior privada. El enfoque de la investigación fue cualitativo, interpretativo y descriptivo. Las categorías que se manifestaron en la fase inicial fueron 23 y en el proceso de reiteración emergieron: responsabilidad, motivación, liderazgo, compromiso, resiliencia, trabajo en equipo, apoyo, creatividad, ambiente agradable, vestuario, iluminación, tecnología, prototipos, impacto social y tecnología. Finalmente, se consideró necesario incorporar en la formación de emprendedores universitarios los componentes relevantes desde la perspectiva de los propios actores para el perfil del emprendedor frente a los nuevos desafíos. Palabras clave: Emprendedores, formación universitaria, tendencias educativas, design thinking.

AUTORES

Croda-Borges, Gabriela ; Paredes-Aldama, Olivia ; Domínguez-Paredes, AnaLaura & Álvarez-Tamayo, Dora

NOMBRE DE LA REVISTA

Vinculatéfica EFAN, Año 2, Núm. 1

AÑO DE PUBLICACIÓN

Julio 2016- Junio 2017

ISSN IMPRESO

ISSN ELECTRÓNICO

2448-5101

CITAS

TÍTULO

Herramientas metodológicas para la innovación social: un acercamiento desde la perspectiva de emprendedores potenciales.

ABSTRACT

La investigación parte del reconocimiento que la innovación social es una práctica cultural que se favorece con el liderazgo de emprendedores que contribuyen con su acción social a la búsqueda del bien común. Los resultados de la investigación que se presentan se

sitúan en el eje temático Innovación en las organizaciones y específicamente se refieren a las herramientas para la innovación social. El objetivo de esta investigación es identificar las herramientas de innovación social que los emprendedores potenciales reconocen como medios estratégicos en los procesos de emprendimiento de las organizaciones. Se aplicó un cuestionario a 207 asistentes a la Segunda Expo del Ecosistema de Emprendimiento e Innovación realizada en una institución de educación superior particular. Los principales resultados denotan que existe escaso conocimiento de las herramientas metodológicas para la innovación social y que es necesario profundizar en los objetivos, proceso, etapas y aplicación de las herramientas para la innovación social. Palabras Clave: Innovación social, emprendedor, herramientas metodológicas.

AUTORES	Álvarez-Tamayo, Dora. Paredes-Aldama, Olivia; Domínguez-Paredes, Ana & Croda-Borges, Gabriela
NOMBRE DE LA REVISTA	Vinculatégica EFAN, Año 2, Núm. 1
AÑO DE PUBLICACIÓN	Julio 2015-2016
ISSN IMPRESO	
ISSN ELECTRÓNICO	2448-5101
CITAS	

Capítulos de libro

CAPÍTULO DEL LIBRO

Pichat's Algorithm for the Sustainable Regional Analysis Management: Case Study of Mexico

ABSTRACT

The group of regions with common similarities allow the improvement of its competences management, support its integration processes, as well as strengthen the social and economic development of the regions that form a group.

The analysis of regions with multidimensional characteristics, make necessary the application of concepts, models and algorithms that allow the analysis of ambiguous variables. The presented model seeks to contribute to an informed decision making, closer to reality while identifying those regions that because of its characteristics, share common features to relatively higher levels.

The goal of this work is to design a process of grouping regions from the analysis of sustainable indicators, this will allow us maximize the resources in amplitude and quantity with the purpose to generate synergies in order to take the maximum advantage of the capacities of development and well-being.

To reach such a goal, a methodological approximation based on Pichat's algorithm is done using sustainable development indicators of each region as a reference and suggesting the degree of similarity among the regions so the determination of similar groups is possible.

Key words: grouping, diffused logic, social well-being, sustainable growth, Pichat's algorithm.

TÍTULO

Complex Systems: Solutions and Challenges in Economics, Management and Engineering.

EDITORIAL

Springer, Cham.

AÑO DE EDICIÓN

2018

AUTORES

Pinto López, I.N., Gil Lafuente, A.M., Sánchez Flores, G.

ISBN

978-3-319-69989-9

CITAS

CAPÍTULO DEL LIBRO

Potenciar el desarrollo de regiones a partir de modelos difusos.

ABSTRACT

El desarrollo sostenible es uno de los grandes retos para el siglo XXI debido a que abre la posibilidad de lograr un crecimiento económico compatible con un desarrollo sostenible y solidario. Se busca que las personas sean las destinatarias del desarrollo y para lograrlo se deben reconocer los nuevos escenarios que precisan enfoques metodológicos más actuales.

El modelo que se presenta busca contribuir a una toma de decisión considerando la contribución que cada sector económico realiza al PIB de los Estados de la República Mexicana, estableciendo un proceso de comparativa normalizada, que posteriormente será afectado por un vector representativo del valor normalizado de las preferencias en las actividades económicas de cada Estado. Será en este último vector en donde subyace la vertiente subjetiva del modelo, es decir, dependiendo

de las prioridades existentes, se ponderará en mayor medida la importancia relativa de un sector de actividad económica sobre los demás.

El resultado mostrará en qué medida las inversiones en cada sector de actividad contribuyen al PIB.

Palabras clave: subjetividad, lógica difusa, bienestar social, crecimiento sostenible, Modelo de Preferencias Subjetivas.

TÍTULO	Estrategias de Innovación para el Desarrollo Empresarial.
EDITORIAL	Ilustre Academia Iberoamericana de Doctores.
AÑO DE EDICIÓN	2017
AUTORES	Pinto López, I.N., Gil Lafuente, A.M., Malcon Cervera, C.
ISBN	978-607-9096-25-0
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO **Identificación de fortalezas y debilidades del G20 en la senda del Desarrollo Sostenible.**

ABSTRACT

Esta investigación propone una metodología utilizando minería de datos para agrupar, cualitativa y cuantitativamente, una muestra de países según sus niveles de fortalezas y debilidades, identificándose el grado en que una economía está o no mejor preparada para lograr el desarrollo sostenible.

Los países sujetos a análisis son las principales economías avanzadas y emergentes o mejor conocidas como Grupo de los Veinte o G20, países que lideran los esfuerzos internacionales para lograr que la comunidad internacional transite en la senda del desarrollo sostenible, teniendo como primer objetivo alcanzar logros significativos antes del año 2030.

La relevancia de identificar qué países están mejor preparados o manifiestan áreas de oportunidad para alcanzar el desarrollo sostenible representa una herramienta útil en la toma de decisiones en materia de negocios internacionales.

Palabras claves: desarrollo sostenible; minería de datos; G20.

JEL: F01, 010, C80

TÍTULO	Estrategias de Innovación para el Desarrollo Empresarial.
EDITORIAL	Ilustre Academia Iberoamericana de Doctores.
AÑO DE EDICIÓN	2017
AUTORES	Malcon Cervera, C., De la Vega Meneses, G., Pinto López, I.N.
ISBN	9787-608-9096-25-0
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO **Consumo colaborativo: el impacto en la adquisición de bienes y servicios en los millennials.**

ABSTRACT

Una constante en la mercadotecnia es el estudio del comportamiento de los consumidores para detectar tendencias en los hábitos de consumo. Existen diferencias sustanciales entre generaciones que van marcando conductas, actitudes y percepciones a la hora de tomar una decisión de compra. Es el caso de los millenians, jóvenes que alcanzan la edad adulta en el nuevo milenio, han optado por una nueva manera de adquirir bienes y servicios, compartiendo experiencias a través del consumo colaborativo. La presente es una investigación no

experimental, cuantitativa y descriptiva, cuyo objetivo es presentar los factores de impacto de este tipo de consumo en los jóvenes. Los resultados indican que son las mujeres las que más lo aplican en su cotidianidad y los jóvenes relacionan este concepto con el de compartir, con innovación tecnológica y con ahorro de recursos por lo que son una generación que está abierta a estos cambios socioeconómicos y culturales.

TÍTULO	Política Macroeconómica para el fortalecimiento de la Competitividad.
EDITORIAL	Fondo Editorial Universitario. Universidad de Guadalajara.
AÑO DE EDICIÓN	2017
AUTORES	Ramírez Murillo, L. M. y Sánchez Espinosa, M.
ISBN	978-84-17075-65-1
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO	Experiencias sensoriales en los puntos de venta de agencias automotrices en la ciudad de Puebla.
ABSTRACT	En un mercado en constantes cambios las empresas deben conseguir captar, retener y fidelizar a los clientes, intentando que la relación perdure con el tiempo y a la vez se atraigan a otros clientes. Las nuevas estrategias del marketing buscan cautivar y sorprender al cliente a través del manejo de los cinco sentidos, de las emociones, de la visión de marca por medio de la fidelización y de la imaginación sensorial que genera la sorpresa y deleite del consumidor a través del merchandising virtual. Esta es una investigación cuantitativa, transversal, simple cuyo objetivo es identificar las experiencias que percibe el consumidor a través de las sensaciones, las emociones, la fidelización y la imaginación sensorial en el punto de venta de las principales agencias automotrices de la Cd. De Puebla. Los resultados indican que la dimensión más importante es la emoción que se generan en el punto de venta, y la dimensión menos consolidada es la visión de marca que se relaciona con la fidelización.

TÍTULO	El valor del conocimiento y efectos en la competitividad.
EDITORIAL	Fondo Editorial Universitario. Universidad de Guadalajara.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	Ramírez Murillo, L. M. y Sánchez Espinosa, M.
ISBN	978-84-17075-65-1
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO	El desarrollo educativo y las redes sociales: Nuevos retos.
ABSTRACT	El auge de las redes sociales gracias al desarrollo de las TIC ha proporcionado grandes beneficios, como es el caso de que los jóvenes sean más hábiles a nivel profesional, destacando elementos como la comunicación y la integración social, entre otros. Pero también ha provocado una serie de obsesiones, adicciones y conductas compulsivas, que en el corto y mediano plazo afectan cognitiva y emocionalmente a las personas, además de provocarles bajo rendimiento académico. La siguiente investigación empírica cuyo

objetivo es analizar si las redes sociales potencializan o no el desarrollo educativo de los jóvenes universitarios en la Cd. de Puebla, tiene como resultados que los jóvenes han desarrollado competencias en comunicación, trabajo colaborativo y consideran a la red como un espacio de reflexión, sin embargo, los jóvenes sí están presentando ciertas conductas adictivas hacia ellas, en muchos casos excediendo el tiempo de su uso, pero lo más preocupante es que las redes sociales no están aportando elemento como el pensamiento crítico y el aprendizaje autónomo, es decir, no están aportando mucho al desarrollo educativo de los jóvenes.

TÍTULO	El valor del conocimiento y efectos en la competitividad.
EDITORIAL	Fondo Editorial Universitario. Universidad de Guadalajara.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	Ramírez Murillo, L. M., Ceja Osegura, S. y Sánchez Espinosa, M.
ISBN	978-84-17075-65-1
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO **Marketing digital para Pymes: Todos quieren, pero no todos pueden.**

ABSTRACT En un mercado cada vez más global y competitivo, hay un elevado número de empresas y organizaciones que usan diferentes herramientas en internet con la finalidad de apoyar sus objetivos comerciales, lo que se conoce como marketing digital, el cual se entiende como la forma de comercializar los productos y servicios en la red. En la actualidad, se cuenta con innumerables plataformas digitales, lo que permite tener varias opciones para fortalecer los esfuerzos comerciales.

El problema consiste en determinar si dichos esfuerzos se hacen de manera adecuada y si la utilización de estrategias digitales en algunas empresas llega a ser realmente efectivas y puedan representar un retorno de inversión en su estrategia empresarial.

TÍTULO	Procesos Creativos en la Mercadotecnia.
EDITORIAL	Editorial Lirio y UPAEP.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	Guerra Peralta, A. O.
ISBN	978-607-8446-82-7
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO **Apps, lo que hay detrás del telón.**

ABSTRACT Comprar un boleto para ir al cine, reservar una habitación de hotel o incluso hacer el supermercado, se han vuelto acciones sencillas gracias a la revolución tecnológica que se vive en donde teléfonos inteligentes, redes sociales y aplicaciones móviles son los canales.

Las pautas de consumo ahora son 2.0 donde el reto para las empresas es que se involucren con un consumidor online quien demanda una excelente conectividad, busca versatilidad, diseños novedosos en un entorno digital, disponibilidad y adaptabilidad. Las apps se han convertido en un escenario para la comercialización de productos y servicios, el reto es utilizar los diferentes elementos que componen un

merchandising virtual para lograr de la experiencia de compra, un hábito en los nuevos escenarios del comercio electrónico.

TÍTULO	Procesos Creativos en la Mercadotecnia.
EDITORIAL	Editorial Lirio y UPAEP.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	Sánchez Espinosa, M.
ISBN	978-607-8446-82-7
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO **El uso de las redes sociales en los procesos creativos de los jóvenes universitarios.**

ABSTRACT Existe controversia entre los estudiosos del área sobre si existe realmente este tipo de adicción al internet y las redes sociales. Para muchos es una exageración el hablar de que el uso indiscriminado de las redes sociales genera una adicción. Sin embargo, a otros, al observar el comportamiento poco sano de las personas en engancharse en actividades que generan dependencia y falta de control como es el caso de la disminución de sus relaciones interpersonales, incremento del juego o abuso del cibersexo, si están de acuerdo en que el internet genera adicción.

El uso indiscriminado del internet es la causa de las anteriores manifestaciones, el no establecer límites en el tiempo en que un adolescente o joven destina la mayoría de su tiempo de ocio en estar frente a una computadora. Otro elemento importante es la falta de regulación en lo que se puede encontrar en la Red, en ella se puede encontrar de todo y el abandono, soledad y falta de consejos generan en los jóvenes la necesidad de buscar en ella respuesta a todas sus inquietudes personales, sociales y sexuales. Las redes sociales se han convertido en pocos años en el compañero que los escucha, que les aconseja y en algunas ocasiones al ser anónimo la participación en ellas, el que no juzga sus actos y sus pensamientos.

TÍTULO	Procesos Creativos en la Mercadotecnia.
EDITORIAL	Editorial Lirio y UPAEP.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	Ramírez Murillo, L. M.
ISBN	978-607-8446-82-7
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO **The Tamaula project: service learning in central Mexico, a report on the Service-learning approach.**

ABSTRACT This chapter discusses an experience in service learning in a rural community in central Mexico, developed by students from a private university located in the area. The aim is to identify if this educational approach builds on interactions that support individual and collective improvement simultaneously. Service learning was introduced and tested at this institution to enhance the academics' educational tool box. This development was embedded in a core (not elective) module focused on developing students writing and research skills. Problems emerged when students were asked to organize and execute a project. They started planning based on preconceived ideas before visiting the place. As a result, the project initially involved a top-down design for restructuring a community. Even though this might be useful, the

project required incorporating service learning principles. These consider issues such as capacity building that may start from community needs or aspirations; a bottom-up approach that was not recognized initially by students. The expectation was to develop something 'different' in a community that had been receiving aid from different sources and had not yet thrived.

TÍTULO	Community engagement and teacher preparation for 21st century education.
EDITORIAL	IGI Global.
AÑO DE EDICIÓN	2017
AUTORES	Montaudon Tomas, C.M. y Vilata Perdomo, E.L.
ISBN	9781522508717
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO	¿Creativación e Innovatividad? Un estudio exploratorio.
ABSTRACT	<p>En el ámbito de la mercadotecnia, los negocios, la comunicación y la educación, es frecuente el uso de las palabras innovación y creatividad como conceptos cercanos, a veces como sinónimos. De manera coloquial, los términos llegan a utilizarse de forma indistinta. La comprensión del concepto innovación y su relación con la creatividad es fundamental para el fomento de una cultura de la innovación en una comunidad dispuesta a formar parte de la transformación social. El término innovación proviene del latín innovatio, que significa creación, modificación o alteración de algo, mientras que la creatividad parte del concepto latino creare, que significa producir, instituir, introducir (RAE, 2016). A partir de estas raíces se desprenden diversos matices conceptuales que, puestos en contexto, movilizan el pensamiento, la decisión y la acción. Con el objetivo de identificar los significados relativos a la innovación y la creatividad que una comunidad de emprendedores potenciales usa y comparte, se realizó un estudio exploratorio en el que estudiantes, profesores, investigadores, empresarios y emprendedores comparten sus creencias con el fin de establecer un punto de partida para la configuración de estrategias que promuevan una cultura de la innovación.</p> <p>Palabras clave: creatividad, innovación, análisis conceptual.</p>

TÍTULO	Procesos Creativos en la Mercadotecnia.
EDITORIAL	Editorial Lirio y UPAEP.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	Dora Ivonne Álvarez Tamayo, Gabriela Croda Borges, Olivia Alejandra Paredes Aldama y Ana Laura Domínguez Paredes
ISBN	9781522508717
CITAS	

CAPÍTULO DEL LIBRO	El gran reto de la mercadotecnia insight.
ABSTRACT	<p>Existen grandes misterios alrededor de las marcas, productos o servicios que perduran en el tiempo y que son capaces de mantener la emoción y el interés de la gente en ellos. En este capítulo se toma el caso del libro "El principito" de Saint-Exupéry para poder explicar por qué el Insight es importante para la mercadotecnia y por qué representa un reto poder determinarlo apropiadamente.</p>

Se genera un estudio del concepto desde diferentes perspectivas, lo cual permite establecer una base conceptual que después se desarrolla y se relaciona con las situaciones que rodean la obra para poder ir resolviendo algunas preguntas que se plantean al inicio.

El propósito es aportar una idea sobre cómo relacionar los diseños de marcas, productos o servicios con el mercado a través de entender aquellos elementos a los que la gente le otorga valor o significado.

Esto supone que la continua práctica de la habilidad de empatía, un amplio y profundo análisis del mercado y un toque de genialidad, puede permitir hacer propuestas trascendentes y valiosas desde la práctica de la mercadotecnia.

TÍTULO	Procesos Creativos en la Mercadotecnia.
EDITORIAL	Editorial Lirio y UPAEP.
AÑO DE EDICIÓN	2018
AUTORES	José Arturo Mora Toledano.
ISBN	9781522508717
CITAS	

Memorias en congresos

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Inclusive growth, women and sustainable development: triad of wellness.
ABSTRACT	<p>This documental, non-experimental and descriptive research has been developed for academic purposes in order to identify the main characteristics that promote the inclusive and sustainable development taking into account the relevance of the role of women in the economy.</p> <p>Until today the international community has not invested enough in matters of gender equality and this lack of financing has been a barrier to achieve the objectives of the Millennium Development Goals before 2015, and will be a barrier in order to achieve the Sustainable Developments goals from today to 2030. According to United Nations, only about 10% of official development assistance was allocated to investment in the advancement of women, but United Nations is not able to invest more without the assistance of the international community, especially the Group of 20 or the most important developed and developing countries.</p> <p>There are some guides in order to foster this financing, for example in countries as Costa Rica and Sri Lanka it has been reduced the military spending and security to assign those resources to social programs, including gender equality. This is why in this document the relevance to promote sustainable development is highlighted but it requires to give priority to investments that benefit women and ensure equal wages and access to opportunities among both genders.</p> <p>The objective of this research is to analyze the concept of inclusive and sustainable development, and according to the theoretical framework analyzed propose a strategy in order to promote inclusive growth, equity gender and sustainable development.</p> <p>Keywords: sustainable development, growth, equity gender.</p>
AUTORES	de la Vega Meneses, J.G.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	ICERI2017 Proceedings, IATED Academy.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	España
ISBN	978-84-697-6957-7
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Analysis of the relationship education & social commitment in women living in Puebla, México.
ABSTRACT	In theory there is more concern of society to avoid excessive consumption of goods and services, but in practice high levels of acquisition, possession and replacing them with a compulsive or

irrational is still present. In this sense responsible consumption, understood as the action in which individuals base their purchases on criteria of social awareness and commitment and the usefulness of the product, a measure to counter this situation. The aim of this study is to analyze the relationship between level of education and social commitment in the consumption of women in the city of Puebla, Mexico. This research is not experimental, quantitative and descriptive. The results show that there isn't direct relationship between education of respondents and their level of social commitment, and that women with degrees of average schooling (BA) which most care about these social issues, quality issues, cost and benefit; while women with higher education (PhD) purchase involves.

AUTORES	Ramírez Murillo, L. M. Yañez Moneda, A. L.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	ICERI2017 Proceedings, IATED Academy.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	España
ISBN	978-84-697-6957-7
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN **Las redes sociales potencializan u obstaculizan el desarrollo educativo de los jóvenes en la ciudad de Puebla.**

ABSTRACT El auge de las redes sociales gracias al desarrollo de las TIC ha proporcionado grandes beneficios, como es el caso de que los jóvenes sean más hábiles a nivel profesional. Pero también ha provocado una serie de obsesiones, adicciones y conductas compulsivas, que en el corto y mediano plazo afectan cognitiva y emocionalmente a las personas. La siguiente investigación empírica cuyo objetivo es analizar si las redes sociales potencializan o no el desarrollo educativo de los jóvenes universitarios en la Cd. de Puebla, tiene como resultados que los jóvenes han desarrollado competencias en comunicación, trabajo colaborativo y consideran a la red como un espacio de reflexión, sin embargo, los jóvenes sí están presentando ciertas conductas adictivas hacia ellas, en muchos casos excediendo el tiempo de su uso, pero lo más preocupante es que las redes sociales no están aportando elemento como el pensamiento crítico y el aprendizaje autónomo.

AUTORES	Ramírez Murillo, L. M
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	XI Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 2017.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	México
ISBN	978-84-17075-65-1
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN **Marketing sensorial y los estímulos en el punto de venta de las agencias automotrices en la Cd. de Puebla.**

ABSTRACT En un mercado en constante cambio, las empresas deben captar y fidelizar a los clientes, intentando que la relación perdure y se

atraigan a otros clientes. Las nuevas estrategias del marketing buscan sorprender a través del manejo de los cinco sentidos, de las emociones, de la visión de marca por medio de la fidelización y de la imaginación sensorial que genera la sorpresa del consumidor a través del merchandising virtual. Esta es una investigación cuantitativa, transversal, simple cuyo objetivo es identificar las experiencias que percibe el consumidor a través de las sensaciones, las emociones, la fidelización y la imaginación sensorial en el punto de venta de las principales agencias automotrices de la Cd. De Puebla. Los resultados indican que la dimensión más importante es la emoción que se generan en el punto de venta, y la dimensión menos consolidada es la visión de marca que se relaciona con la fidelización.

AUTORES	Ramírez Murillo, L. M y Sánchez Espinosa, M.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	XI Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 2017.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	México
ISBN	978-84-17075-65-1
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN

The New determinant creation theory: The case of Peru.

ABSTRACT

The theory of the creation of new determinants applied to the case of Mexico and Chile has recently shown that both countries have used some of the determinants developed in this theory to capture flows of foreign direct investment, although to say by ECLAC (2015) The case of Latin America in general shows a decrease in the capture of investment flows in recent years compared to the rest of the world. Undoubtedly the recruitment has been very heterogeneous since the size of the economies is not the same as neither are the internal adjustments in public policies of development.

In the case of Peru, adjustments in public policy made in the 1990s brought great economic benefits since during the 1980s foreign direct investment was very limited. The changes made by the government cemented a solid economic framework at the beginning of the year 2000 and showed a growth in FDI flows of approximately 6% in recent years.

The international monetary fund (2015), which attributes Peru's success in terms of increased FDI inflows, refers to four key areas: implementation of structural reforms, improvement of political stability, solid regulatory and macroeconomic framework and favorable external conditions. These institutional changes also contributed to the distribution of outgoing flows in the world (Amal 2010).

In addition to the above factors, the use of natural resources, infrastructure and a great gross national product represented the most important determinants to attract foreign capital, based on the new determinant creation theory as demonstrated in this research.

AUTORES	Botello Osorio, J.C. y Dávila Delgado, Martín.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	ABRM 7th International Conference on restructuring of the global economy, 2017.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	Inglaterra
ISBN	ISSN 2047-2854
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Multicultural education at a private Mexican university: Creating significant course contents for international programs.
ABSTRACT	<p>Increased mobility of students, both physical and virtual, resulted in a review of internationalization policies in higher education. Universities are concerned about the overall experience of students abroad, specifically the acquisition of knowledge that would allow better work opportunities. Studying abroad provides students with an immersion in a different culture and sometimes language, an experience that can prove to be difficult when the elected programs or courses do not have an international perspective or when contents and examples used in the classroom refer to context specific-situations with which foreign students might not be familiar, creating misunderstandings and sometimes anxiety.</p> <p>Studies analyzing international students' integration as foreign students and their success during their studies have shown that significant course contents are of importance. This study analyzes the impact of multicultural course contents at the business school in a private university in the state of Puebla Mexico, in an attempt to develop global competence in local students while promoting better understanding of courses for international students.</p> <p>Keywords: Significant contents, higher education, international students, multicultural education.</p>

AUTORES	Montaudon Tomas, C.M. y Botello Osorio, J.C.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	Edulearn 16 Conference.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2016
PAÍS	España
ISBN	978-84-608-8860-4
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Tendencias en la gestión de logística y cadenas de suministro. Un estudio de planeación por escenarios para la industria automotriz.
ABSTRACT	<p>En la economía global, la gestión de la cadena de suministro ha cobrado importancia debido al desarrollo de nuevas tecnologías que inciden tanto en la manufactura de productos como en su logística. En este contexto volátil, ambiguo, y complejo, en el que predomina la incertidumbre, el análisis de las tendencias que impactarán la función logística y la cadena de suministro permite una aproximación a la realidad sobre el futuro de este campo,</p>

favoreciendo una planeación estratégica eficaz en las organizaciones. Este estudio se centra en el caso concreto de la industria automotriz, siendo la planeación por escenarios la principal herramienta de análisis. El valor de las nuevas tecnologías tales como la impresión 3D, los sistemas de control y el rastreo inteligente, la tecnología verde y su impacto en la sustentabilidad se ponen de manifiesto en el contexto de la gestión logística del futuro. La discusión se centra en los procesos de innovación y de adaptación al cambio tecnológico, a las formas de trabajo, cambios en los costos, en las prácticas de gestión e incluso en el empleo. El análisis de las principales tendencias que rigen la innovación en la cadena de suministro, en la que los enfoques parecieran estar orientados a la automatización de procesos en cada uno de los eslabones de la cadena resulta imperativo a fin de identificar las oportunidades que tienen las empresas de convertir a la cadena de suministro en una unidad estratégica de negocios, más que en un área de soporte como es considerada en algunas organizaciones. La recomposición de la industria, la ubicación de las unidades de producción y el futuro del sector analizarán permitirán observar el grado de inclusión de estas tendencias en cada uno de los ambientes de gestión, particularmente aquellas relacionadas con el empleo, nuevas formas de producción, la velocidad de los procesos y la reducción de costos.

Palabras Clave: Cadena de Suministro, Tendencias, Planeación por Escenarios, Planeación Estratégica, Innovación.

AUTORES	Montaudon Tomas, C. Gil Acosta, E.J.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	Memorias del 1er congreso internacional de Supply chain management en una economía global.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2016
PAÍS	Colombia
ISBN	ISSN 25394592
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Blended learning versus traditional teaching. A comparative studio based on student's perspectives and achievements.
ABSTRACT	<p>Blended learning has become an important trend in undergraduate and postgraduate studies. Starting Fall 2016, blended learning was introduced for the first time in five different courses in the Business School at a private University in Puebla, as part of the criteria for the new educational model that will start operating in Fall 2017.</p> <p>The same five courses were taught using blended learning and traditional teaching. A field study was conducted to determine students' opinions in regard to different teaching approaches, so as to determine whether blended learning was more attractive and interesting for students, and to obtain general information related to the advantages and disadvantages that students found when blended learning techniques were introduced in their courses. An additional study was conducted with business school professors based on their use of technologies for teaching and learning.</p> <p>Additional studies were conducted to compare final evaluations of blended learning and traditional courses in an attempt to</p>

understand which groups scored higher, and to determine the underlying motives.

Keywords: Blended learning, traditional teaching, students' perspectives, comparative study.

AUTORES	Montadoun Tomas, C., Miñoiz Ortíz, M. Fernández Pérez, J.A.
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	Edulearn 17 Conference Proceedings.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	España
ISBN	9788469737774
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN **Multicultural classrooms: advantages for foreign and local students. A comparative study**

ABSTRACT

A private university in Puebla, México, has created different activities to attract foreign students as part of its internationalization strategy. One particular action has been to increase the number of courses being taught in English. Courses in English have also attracted local students who want to improve their language skills.

The Business School offers a wide variety of courses that are taught in Spanish and in English, providing students with the opportunity to take the same content in a different language. Over the last five semesters, several studies have been conducted to determine the outcomes of the courses taught in either language. The level of English language was not analyzed; it was the overall results of students, as well as the positive impacts on both local and foreign students while participating in multicultural classrooms, the main focus of the studies.

Three courses were selected for the analysis: Family Business, Strategic Alliances, and Leadership and Change Management. The control groups were the courses traditionally taught in Spanish, in which only local students participated. Professors teaching the courses in English received special training in order to deal effectively with multicultural groups. This helped them develop specific activities to integrate local and international students, which, in the end, created a learning environment characterized by "positive contamination" in working practices, leading to better results than those in the groups integrated exclusively by local students. Student's perspectives about their integration to the group, learning experiences, participation, and overall performance were analyzed.

Keywords: Multicultural courses, comparative studies, positive contamination.

AUTORES	C. Malcón-Cervera, C. Montaudon-Tomas
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	Edulearn 17 Conference Proceedings.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	España
ISBN	9788469737774
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Selección del talento: de lo tradicional al data analytics
ABSTRACT	<p>Este artículo analiza las tendencias de la toma de decisiones en la gestión del talento. Se presentan los antecedentes, así como las teorías clásicas que la soportan. El análisis se sitúa en un contexto de cambios, incertidumbre y subjetividad. La toma de decisiones tiene amplias aplicaciones en el área de recursos humanos (RH), incluyendo el reclutamiento, la selección, la transferencia, la promoción, el desarrollo y la terminación del empleo.</p> <p>La investigación muestra los avances en analítica de datos para la selección de los candidatos idóneos y la conveniencia del uso de diversas herramientas. El objetivo es mostrar la complejidad de la toma de decisiones contrastando los métodos tradicionales con modernas técnicas de analítica de datos en aplicaciones para el área de RH, lo que puede resultar en una ventaja competitiva para las empresas.</p> <p>Palabras clave: toma de decisiones, analítica de datos, ventaja competitiva</p>
AUTORES	C. Malcón-Cervera, C. Montaudon-Tomas
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	Slade 2017 Conference Proceedings.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	México
ISBN	En proceso
CITAS	

TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN	Industria 4.0 y su impacto en la cadena de Suministro
ABSTRACT	<p>A lo largo del tiempo, la cadena de suministro tradicional, la cual contaba con limitados elementos tecnológicos, ha evolucionado, logrando mejoras sustanciales en costos y servicios, conectando procesos que anteriormente estaban separados. La administración de la cadena de suministro tiene por objetivo integrar y satisfacer las necesidades del consumidor final, proporcionándole el producto correcto, en el lugar preciso, en el tiempo esperado y al precio pactado. Actualmente, los cambios en el ecosistema digital están generando avances sin precedentes. La demanda se ha vuelto más diversa y segmentada, obligando a las empresas a tomar una actitud proactiva y a modificar tanto procesos como sistemas. Para responder de manera adecuada a la creciente complejidad del mundo de los negocios, es prioritario considerar las tendencias de la industria 4.0, particularmente, la digitalización de la cadena de suministro y su evolución hacia el Business to Business (B2B), utilizando para ello sistemas ciberfísicos, logrando la redefinición del negocio con base en el customer centricity. Estas tendencias están orientadas hacia una mayor convergencia y colaboración utilizando elementos del internet de las cosas. Sin embargo, debido a la incorporación de nuevas tecnologías existen riesgos inherentes, como el caso de la seguridad de la información.</p> <p>El objetivo de este artículo es examinar las etapas en la evolución de la cadena de suministro describiendo los beneficios logrados al incorporar diversos avances tecnológicos y su transformación en una cadena de suministro digitalizada. Se presentan además ejemplos de empresas que han alcanzado altos niveles de digitalización.</p>

Palabras Clave: Industria 4.0, Digitalización de la cadena de suministro, Ecosistema digital, Business to business, Tendencias.

AUTORES	Montaudon-Tomas, Cynthia, Malcon-Cervera, Claudia, Rebolledo-Palacios, José Luis
TÍTULO DE LAS MEMORIAS	2º Congreso Internacional en Supply Chain Management en una Economía Global. Conference Proceedings.
AÑO DE PUBLICACIÓN	2017
PAÍS	Colombia
ISBN	En proceso
CITAS	

Estancias de investigación

NOMBRE DEL INVESTIGADOR	Cynthia María Montaudon Tomas
LUGAR	University of Texas Rio Grande Valley
FECHAS	26/06/2016- 8/07/2016
TRABAJO REALIZADO	Taller de investigación cuantitativa.
RESULTADOS	Mejor investigación.
PRODUCTO	Ponencia.

NOMBRE DEL INVESTIGADOR	Paola Jeannete Vera Baez
LUGAR	University of Texas Rio Grande Valley
FECHAS	26/06/2016- 8/07/2016
TRABAJO REALIZADO	Taller de investigación cuantitativa.
RESULTADOS	Mejor investigación.
PRODUCTO	

Casos de estudio

TÍTULO DEL CASO	El mejor talento para cubrir una vacante.
AUTORES	Montaudon, C y Cruz, J.
FECHA	2016
DISTINCIÓN	Premio al mejor caso, Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración.

Información de Investigadores

LAURA MAYELA RAMÍREZ MURILLO
MERCADOTECNIA



Tel. 2299400
Ext. 7510
lauramayela.ramirez@upaep.mx

CYNTHIA MARIA MONTAUDON TOMAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Tel. 2299400
Ext. 7186
cynthiamaria.montaudon@upaep.mx

PAOLA JEANNETE VERA BAEZ
GASTRONOMÍA



Tel. 2299400
Ext. 7011
paolajeannete.vera@upaep.mx

ALICIA LUCRECIA YAÑEZ MONEDA
ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES



Tel. 2299400
Ext. 7181
alicialucrecia.yanez@upaep.mx

CLAUDIA MALCÓN CERVERA
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS



Tel. 2299400
Ext. 7032
claudia.malcon@upaep.mx

GABRIEL ABRAHAM CARDOSO UGARTE
GASTRONOMÍA



Tel. 2299400
Ext. 7018
gabrielabraham.cardoso@upaep.mx

JUAN CARLOS BOTELLO OSORIO
COMERCIO INTERNACIONAL



Tel. 2299400
Ext. 7187
juancarlos.botello@upaep.mx

JOSÉ GERARDO DE LA VEGA MENESES
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Tel. 2299400
Ext. 7757
josegerardo.delavega@upaep.mx

INGRID NINETH PINTO LÓPEZ
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS



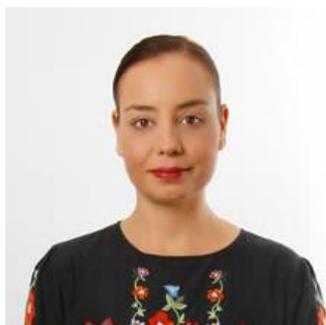
Tel. 2299400
Ext. 7098
ingrid.pinto@upaep.mx

ANSELMO SALVADOR CHÁVEZ CAPÓ
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Tel. 2299400
Ext. 7180
anselmo.chavez@upaep.mx

ANA LAURA DOMÍNGUEZ PAREDES
EMPRENEDORES



Tel. 2299400
Ext. 7884
analaura.dominguez@upaep.mx