

La capacidad para acceder a nuevos mercados como factor de competitividad: Industria del bordado y confección de uniformes en Querétaro

The ability to access new markets as a factor of competitiveness: Embroidery industry and confection of uniforms in Queretaro

Eduardo Daniel Montoya Macario*
Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA, SEPI, México.
montoyamacario@gmail.com

Recibido 10, marzo, 2018

Aceptado 10, diciembre, 2018

Resumen

El presente proyecto de investigación, pretende estudiar a las PyMEs de la industria del bordado y confección en el estado de Querétaro; identificando aquellas que tienen mayor competitividad abarcando otros mercados en estados aledaños. Se propone hacer un estudio de caso en tres etapas llamadas: exploratorio, inmersión y análisis; por medio de la observación y un grupo de discusión mediante la técnica Delphi, con expertos en la actividad de las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes. Se busca identificar las características de competitividad, en las PyMEs que han logrado ampliar su mercado, así como identificar factores que impiden que otras accedan a nuevos mercados. Basando el estudio en la teoría de la competitividad sistémica, donde se evaluará los niveles de competitividad. Cabe mencionar que el proyecto se encuentra en la etapa de análisis de los datos, que son producto de la revisión de consensos por parte del grupo de discusión.

Palabras clave: Competitividad, nuevos mercados, bordado, confección y uniformes.

JEL Classification System: M31

Abstract

This research project aims to study SMEs in the embroidery and clothing industry in the state of Querétaro; identifying those that have greater competitiveness covering other markets in neighboring states. It is proposed to do a case study in three stages: exploratory, immersion and analysis; through observation and a discussion group using the Delphi technique, with experts in the activity of SMEs in the embroidery and uniform industry. It seeks to identify the characteristics of competitiveness in SMEs that have managed to expand their market, as well as identify factors that prevent others from accessing new markets. Basing the study on the theory of systemic competitiveness, where the levels of competitiveness will be evaluated. It is worth mentioning that the project is in the analysis stage of the data, which are the product of the consensus review by the discussion group.

Keywords: Competitiveness, new markets, embroidery, clothing and uniforms.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estado de Querétaro ha tenido un notable desarrollo económico en los últimos años. Debido a esto diversas empresas manufactureras, de servicios y comercio, han instalado sus plantas de producción y distribución en el estado. Incluso la perspectiva esperada este 2017 es de crecimiento (Almanza, 2017). En el estado actualmente se cuentan con 22 parques industriales ya

*Autor correspondiente

instalados y 13 en desarrollo (Querétaro, 2017); gracias a este desarrollo, han surgido PyMEs que proporcionan insumos, dentro de ellas se ha desarrollado la industria del bordado y costura de uniformes.

Con base en información obtenida de platicar con pequeños empresarios de esta industria se observa, que las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, tienen la posibilidad de aumentar su competitividad abarcando más estados, sin embargo esta industria, en su mayoría es local, específicamente en el estado de Querétaro; esto hace ver que tienen dificultad para acceder a nuevos mercados, a pesar de que alrededor del estado se localizan: San Luis Potosí, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán y el Estado de México.

JUSTIFICACIÓN

Las empresas necesitan uniformes para sus trabajadores cada 6 meses, esto debido a que el uniforme ayuda a crear una imagen de la organización (Rodríguez, 1999), aunado a esto los uniformes son deducibles de impuestos; por esta razón hacen contratos con PyMEs que aseguren el mejor precio y calidad; éstas les proporcionan playeras, camisas, sacos, overoles, pantalones, camisolas, sudaderas, guantes, zapatos, gorras, en general cualquier prenda que usen como herramienta de trabajo; dichas PyMEs bordan y confeccionan de acuerdo a las especificaciones del cliente.

Las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, no pueden tener diferenciación en sus productos, ya que todas tienen la capacidad de ofrecer el mismo producto y tienen que entregar de acuerdo a las especificaciones del cliente; tampoco pueden disminuir mucho los costos porque no difieren mucho unos de otros.

Para que las empresas tengan éxito y puedan perdurar; tienen que desarrollar ventajas competitivas que les proporcionen herramientas de sobrevivencia. Tienen que sostener la ventaja alcanzada para poder competir en el mercado que se desenvuelven (Aragón A., 2005).

Por otra parte, Saavedra M. afirma que, no es posible manejar la competitividad empresarial sin considerar los aspectos del entorno que afecta a la organización (Saavedra M., 2012). Quiere decir que las PyMEs, deben de poner atención al medio en que se desenvuelven, como políticas públicas o nuevos mercados donde introducir sus productos.

Un estudio realizado en China a PyMEs de la industria textil, analizó cómo estas empresas encontraban a su primer cliente internacional, abriéndose paso a nuevos mercados; descubrieron que la proactividad a buscar nuevos clientes, repercutió en la economía local de Guangdong, se impulsó gracias a las exportaciones (Ciravegna L., 2014). Esto lo podemos trasladar a un contexto local como en Querétaro, donde hay PyMEs que buscan nuevos mercados en los estados aledaños.

Otro estudio realizado en Portugal y Reino Unido, en la industria textil y prendas de vestir, investigó los recursos y capacidades de las empresas, específicamente su propensión a exportar. Identificando características particulares como: tamaño de la empresa, ventajas competitivas y tecnología; de manera objetiva también el número de idiomas que hablan (Serra F., 2012).

De acuerdo con el Banco Internacional de Desarrollo 2002, los factores que limitan la competitividad de las PyMEs son: el marco regulatorio institucional; acceso a y funcionamiento de los mercados de bienes y servicios finales; gestión y cooperación empresarial (Llisterri, 2002).

HIPÓTESIS

Sí hay capacidad para acceder a nuevos mercados, entonces habrá un aumento en la competitividad en las PyMEs, de la industria del bordado y confección de uniformes en el estado de Querétaro.

Namakforoosh M. (2015) comenta el uso de la metodología científica en ciencias sociales, habla acerca de que estas hipótesis son cambiantes y difícil de replicar un ambiente exactamente predecible, sin embargo, afirma que es una práctica sana y recomendable realizar la investigación con base en criterios similares a los del método científico.

Sampieri R. (2000) dice que las hipótesis en un estudio cualitativo son emergentes, flexibles y contextualizables; en la presente investigación el fin de tener una hipótesis es para contextualizar el tema de la investigación; sin embargo, en el recorrido de la investigación esta hipótesis puede cambiar o mejorarse conforme a los fenómenos que se vayan encontrando.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las características de competitividad que tienen las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, en el estado de Querétaro para acceder a nuevos mercados?

OBJETIVOS

- Objetivo General

Determinar si la capacidad para acceder a nuevos mercados, es un factor que influye positivamente en la competitividad de las PyMEs, de la industria del bordado y confección de uniformes.

- Objetivo Específicos

Evaluar cuáles son las características de competitividad, que tienen mayor importancia en la capacidad de acceder a nuevos mercados.

Analizar las diferencias entre las PyMEs que amplían su mercado y las que no lo hacen, respecto a la competitividad.

Analizar si hay o no diferencias entre las PyMEs de diferente antigüedad en el mercado, con respecto a su capacidad de acceder a nuevos mercados.

Evaluar si hay factores que disminuyan la capacidad para acceder a nuevos mercados.

MARCO CONCEPTUAL

Mercado e Industria

Un mercado está formado por personas y organizaciones interesadas y dispuestas a comprar un artículo o servicio para obtener beneficios que van a satisfacer una necesidad o deseo, y que tienen los recursos para participar en esa transacción. Las empresas que necesitan uniformes para sus trabajadores y que los renuevan en periodos establecidos; son el mercado del que hablamos en esta investigación (Mullins, B, & Larréché, 2007).

Una industria es un grupo de compañías que ofrecen un producto o clase de productos semejantes y que se sustituyen fácilmente entre sí. En base a esta definición podemos incluir a las PyMEs del bordado y confección de uniformes; éstas ofrecen el mismo servicio y productos, relacionados con suministrar uniformes (Mullins, B, & Larréché, 2007).

Querétaro

El municipio de Querétaro pertenece al estado con el mismo nombre, se encuentra ubicado en el suroeste del estado, colindando con Guanajuato, San Luis Potosí, Michoacan, Hidalgo y el Estado de México. Este municipio alberga el 80% de la producción del Estado completo.

El estado de Querétaro está conformado por 18 municipios, de ahí el 43.9% de la población total vive en el municipio de Querétaro. En 2015 se registró una población de 2,038,372, esta representa un 1.7% de la población nacional. La edad promedio es de 26 años, y por cada 95 hombres hay 100 mujeres. De cada 100 habitantes 74 nacieron en el estado, 25 en otra entidad y 1 en los Estados

Unidos de América. 56 de cada 100 personas tiene trabajo. El 60% de las personas que trabajan lo hacen en el comercio y servicios; 34% en la industria y el 6% se dedica al campo y ganadería. En el 2013 Querétaro tenía 6673 unidades económicas que se dedicaban a la industria; las principales actividades son: fabricación de partes para automóviles, aparatos de línea blanca y fabricación de resinas sintéticas. En este año se tenían 69,022 establecimientos, 32,718 empresas se dedicaban al comercio, 28,178 empresas se dedicaban a los servicios privados no financieros (INEGI, Conociendo Querétaro 6ta edición, 2016).

Industria del bordado y confección de uniformes.

Jodie Keane and Dirk Willem te Velde (2008) estudiaron a la industria textil y de confección en varios países, y su impacto en la macroeconomía. Llegaron a la conclusión de que son importantes en términos económicos y sociales; en corto plazo por proporcionar ingresos, puestos de trabajo, especialmente para las mujeres, y la entrada de divisas; en largo plazo proporcionan a los países la oportunidad de un desarrollo económico sostenido, en los países con políticas e instituciones adecuadas para mejorar los efectos dinámicos de los textiles y prendas de vestir (Keane, 2008).

Rodríguez (1999) nos habla acerca de la imagen de una organización, donde es el resultado de la proyección de su identidad, que todos aquellos signos de la identidad que son percibidos por el público conforman su identidad pública; en este contexto podemos decir que el uniforme forma parte de la identidad de la empresa y de la percepción que el público tiene sobre ella (Rodríguez, 1999).

Una revisión realizada en la Sección Amarilla arroja como resultado que en el Estado de Querétaro se encuentran 79 PyMEs registradas como uniformes; en la siguiente tabla se muestra una lista de las PyMEs identificadas que cuentan con teléfono de contacto (Amarilla, 2017).

MARCO TEÓRICO

Teoría de los recursos y capacidades (Amit R., 1993).

Esta teoría explica, que los recursos y capacidades de cada empresa, determinan el éxito, a pesar de ser similares a otras menos exitosas. Tomando en cuenta esto, un estudio de los recursos y capacidades de PyMEs similares, permitirán diferenciar las empresas que tienen éxito sobre otras; además de entender porque muchas empresas tienen dificultades para imitar y desarrollar los recursos y capacidades distintivos de terceras empresas (Landeta J., 2013).

Los **recursos** son factores disponibles que son propiedad o controlados por la empresa, estos recursos se convierten en productos o servicios; consisten entre otros de conocimientos técnicos que pueden ser comercializados, activos financieros o materiales, capital humano, etc.

Las **capacidades**, se refieren a la capacidad para desplegar recursos, usualmente en la combinación, utilizando procesos organizativos, para un fin deseado. Se basan en la información, tangible o intangible que es específica de la empresa y con el paso del tiempo donde se desarrollan interacciones complejas entre los recursos. Las capacidades a menudo se desarrollan combinando los aspectos físicos, humanos y tecnológicos de recursos a nivel corporativo.

Los **activos estratégicos** de la empresa son el conjunto de recursos y capacidades difíciles de negociar e imitar, escasos, apropiables y especializados que otorgan la ventaja competitiva de la empresa. A nivel de mercado se determinan a través de interacciones complejas entre los competidores, clientes, reguladores, innovadores externos a la industria y a otras partes interesadas de la empresa.

Las empresas tienen activos estratégicos que son las fortalezas de la empresa; para establecer con base en estos una ventaja competitiva. En la toma de decisiones acerca del manejo de recursos y

capacidades, se debe de tomar en cuenta lo siguiente: la incertidumbre, la complejidad y los conflictos intraorganizacionales.

Aragón A (2005) afirma que la empresa es única debido principalmente, a los recursos que posee y a la forma en que los gestiona; su capacidad para competir dependerá, por tanto, fundamentalmente de ella misma. Y que esto lleva a los investigadores, a plantearse la necesidad de estudiar con más detenimiento la parte interna de las organizaciones, para tratar de determinar cuáles son realmente los factores que explican la ventaja competitiva de éstas (Aragón A., 2005).

De acuerdo con la teoría de los recursos y las capacidades, empresas similares externamente, tienen recursos y capacidades diferentes internamente; esto puede identificar factores para que unas empresas tengan éxito, también puede explicar porque a algunas empresas les cuesta trabajo igualar el éxito de otras, a pesar de que son muy similares (Gallastegi, 2011).

Teoría de las Ventajas Competitivas (Porter, 2015)

Porter M. (2015) en su teoría de las ventajas competitivas, afirma que las empresas deben planear una estrategia competitiva, basada en los principios de: cadena de valor, costos, diferenciación, tecnología, selección de competidores, segmentación de la industria, sustitución de insumos y la estrategia corporativa; en esta última habla acerca de una estrategia horizontal de diversificación, donde se seleccionan nuevas industrias para penetrar a partir de las interrelaciones con las primeras, y con esto darle ventaja competitiva a la empresa.

En esta teoría encontramos los cinco factores de la competencia o cinco fuerzas de la competencia; estas fuerzas ayudan a determinar la rentabilidad de una industria, básicamente evaluando los siguientes factores: competidores de la industria, participantes potenciales, productos sustitutos, proveedores y compradores.

Porter dice que para entender una ventaja competitiva se tiene que examinar las actividades de diseño, fabricación, comercialización, entrega y venta, además de la empresa en su conjunto. Estas partes tienen importancia en los costos además de que son la base para la diferenciación de los productos o servicios que se ofrece. Y para analizar esto habla acerca de la cadena de valor, que es la herramienta básica para examinar la ventaja competitiva.

Teoría de la Competitividad Sistémica (Esser K., 1996)

La competitividad sistémica es una teoría que surgió en 1994, donde se plantea una interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional:

1. Nivel meta. En este nivel se observan la capacidad estatal del manejo de la economía y los patrones de organización. En este nivel se vuelve indispensable la disposición al diálogo de los grupos sociales, para fortalecer las ventajas nacionales de innovación y competitividad.
2. Nivel macro. Aquí podemos encontrar mercados eficientes de factores, bienes y capitales; la inestabilidad de estos perjudica la operatividad y disminuye el crecimiento de la economía. Se apoya en las políticas: fiscal, presupuestaria, monetaria y cambiaria.
3. Nivel meso: Aquí encontramos el entorno de las empresas, donde se desarrollan estrategias para guiar la actividad del estado y los empresarios. Aquí se desarrollan políticas que fortalecen la competitividad de las empresas.
4. Nivel micro. En este nivel encontramos a las empresas, que se ven enfrentadas a nuevos retos como son: globalización, muchos competidores, diferenciación, acortamiento de ciclos de producción, implantación de innovación radical, avance de la tecnología, organización de la producción, desarrollo del producto, relaciones de suministro.

METODOLOGÍA

Para esta investigación se pretende realizar un **estudio cualitativo**, mediante un grupo de discusión con la variante de técnica Delphi, en PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, ubicadas en el estado de Querétaro.

La presente investigación tiene un **alcance descriptivo**, debido a que la información obtenida del estudio, pretende explicar las características, que tienen las PyMEs en la industria del bordado y confección de uniformes, que han logrado ampliar su mercado fuera de Querétaro y su relación con una ventaja competitiva (Namakforoosh, 2015).

El estudio se realizará en 3 etapas: exploratorio, Inmersión y análisis.

1. Exploratorio. Esta etapa es para la familiarización con las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes del estado de Querétaro. Se utilizará el instrumento de observación, esto para identificar características externas. Esto permite obtener información útil, acerca de situaciones que las PyMEs enfrentan en el ejercicio de su actividad; adicionalmente permitirá observar las condiciones de competencia, que tiene esta industria.
2. Inmersión. En esta etapa se obtendrá información acerca de las características internas de las PyMEs, utilizando un grupo de discusión con expertos de la industria del bordado y confección en el Estado de Querétaro, mediante la técnica Delphi, esta técnica permitirá identificar características de competitividad; además se observará el ambiente interno de las PyMEs, describirá el ambiente, adquirir puntos de vista internos y fomentar vínculos con los participantes (Sampieri R. H., 2006). La parte central de esta técnica son las sesiones, donde los resultados de la primera dan argumentos para fundamentar la segunda y así sucesivamente hasta alcanzar un consenso generalizado (Rabadán-Anta, 2013).
3. Análisis. En esta etapa se analizará la información obtenida tanto literaria como los datos de los consensos obtenidos en las sesiones. Se determinará la relación existente entre el acceso a mercados y la competitividad.

Actualmente se cuenta con el acceso a la PyME Comercializadora R&M Uniformes, la cual facturó ingresos por \$1,500,000, en 2016, tiene 12 trabajadores y se encuentra ubicada en el municipio de Querétaro. De esta manera utilizaremos contactos de esta PyME, para acercarnos con demás PyMEs de la industria.

El ordenamiento de la información se realizará, utilizando un software que permita procesar datos cualitativos, como el programa Atlas.ti Qualitative Data Analysis; este tipo de programas permite procesar información de videos, audios y texto; además ofrece herramientas para analizar los datos y sacar conclusiones (GmbH, 2002-2017).

El análisis se realizará con base en los datos ordenados en el software Atlas.ti.

RESULTADOS ESPERADOS

Con base en la teoría de los recursos y capacidades, se espera identificar las características, que tienen las PyMEs de la industria del bordado y confección en el municipio de Querétaro, que expanden sus clientes a Estados aledaños a Querétaro.

Dentro de los factores podemos encontrar:

1. Aspectos internos como el clima laboral, la jornada de trabajo, la maquinaria, tiempo de producción, tiempo de entrega del producto, puestos de trabajo, entre otros.
2. Aspectos externos como políticas de proveedores, las políticas públicas estatales y federales, las carreteras que conectan a los estados, financiamientos, el impacto de la inflación en los insumos, entre otros.

CONCLUSIONES

El conocimiento de las características de competitividad que tienen las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes en el estado de Querétaro, y el acceso a nuevos mercados; permitirá contribuir con información documental, que puede ser ocupada para políticas públicas y empresas que deseen acceder a nuevos mercados.

En la investigación se puede observar que las PyMEs tienen características que las hacen más competitivas, estas características les dan ventajas para acceder a nuevos mercados y ampliar su cartera de clientes.

Dentro de un ambiente en donde tener una ventaja competitiva es más difícil de desarrollar, es posible hacer un estudio basado en la teoría de competitividad sistémica, para identificar las características de las PyMEs que logran ampliar su mercado, así como las políticas públicas y de gobierno que influyen en su desarrollo. Esto puede servir para dirigir políticas públicas, establecer programas de apoyo a las PyMEs de la industria del bordado y confección de uniformes, y sobre todo a las PyMEs que deseen replicar el éxito de otras.

Cabe mencionar que esta investigación se encuentra en etapa de análisis de datos, se está ordenando los consensos obtenidos en el grupo de discusión.

REFERENCIAS

- Almanza, L. (07 de Abril de 2017). El Financiero. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/bajo/industria-de-queretaro-mantiene-proyecciones-de-crecimiento.html>
- Amarilla, S. (10 de junio de 2017). Sección Amarilla. Obtenido de <https://www.seccionamarilla.com.mx/resultados/uniformes/1>
- Amit R., S. P. (1993). Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, Vol. 14, 33-46.
- Aragón A., R. A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PYMES del estado de Veracruz. *Contaduría y Administración* Num. 216, 35-69.
- Ciravegna L., M. S. (2014). The inception of internationalization of small and medium enterprises: The role of activeness and networks. *Journal of Business Research*, 1081-1089.
- Esser K., H. W. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y política. *Cepal* Num. 59, 39-52.
- Gallastegi, J. L. (2011). *Dirección Estratégica de los Recursos Humanos*. Madrid España: Ediciones Pirámide.
- GmbH, S. S. (05 de Mayo de 2002-2017). Atlas.ti Qualitative Data Analysis. Obtenido de <http://atlasti.com/es/>
- INEGI. (2016). *Conociendo Querétaro 6ta edición*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2017). Boletín de prensa No. 21/17 Indicador trimestral de la actividad económica estatal (ITAE). Tercer Trimestre 2016. Aguascalientes: Instituto Nacional de Geografía.
- Keane, J. &. (2008). *The role of textile and clothing industries in growth and development strategies*. Londres: Overseas Development Institute. Dostupno.

- Landeta J., E. A. (2013). Dirección estratégica de los recursos humanos. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya S.A.).
- Llisterri, J. J. (2002). Guía operativa para programas de competitividad para la pequeña y mediana empresa. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo, Publicaciones, Parada.
- Mullins, J. W., B, H. W., & Larréché, J. C. (2007). Administración de Marketing, un enfoque en la toma estratégica de decisiones. En J. W. Mullins, H. W. B, & J.-C. Larréché, Administración de Marketing, un enfoque en la toma estratégica de decisiones. (págs. 85-102). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Namakforoosh, N. (2015). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: Editorial Limusa, S.A de C.V.
- Porter, M. (2015). Ventaja Competitiva. México: Grupo Editorial Patria.
- Querétaro, S. d. (20 de 05 de 2017). Querétaro está entre nosotros, parques industriales. Obtenido de <http://www.queretaro.gob.mx/sedesu/contenido.aspx?q=Jv2m+h8F36QTzG0qQL9nqbvwKM+iYkP>
- Rabadán-Anta, R. (2013). Metodología de las técnicas grupales. En F. Sarabia-Sánchez, Métodos de investigación social y de la empresa (págs. 555-574). Madrid España: Ediciones pirámide.
- Rodriguez, L. (1999). Comunicación de empresas en entornos turbulentos. En L. d. Rodriguez, Comunicación de empresas en entornos turbulentos (págs. 82-87). Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Saavedra M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la Pyme latinoamericana. Pensamiento & Gestión (33), 93-124.
- Sampieri R. H., F. C. (2006). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.
- Serra F., P. J. (2012). Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms. International Business Review, 210-224.

Este artículo puede citarse de la siguiente forma:

Citación estilo APA sexta edición

Montoya Macario, E.D. (enero-junio de 2019). La capacidad para acceder a nuevos mercados como factor de competitividad: Industria del bordado y confección de uniformes en Querétaro. *Revista UPIICSA Investigación Interdisciplinaria*, 5(1), 10-17.

Citación estilo Chicago decimoquinta edición

Montoya-Macario, Eduardo Daniel. La capacidad para acceder a nuevos mercados como factor de competitividad: Industria del bordado y confección de uniformes en Querétaro. *Revista UPIICSA Investigación Interdisciplinaria*, 5 No. 1 (enero-junio de 2019): 10-17.

Citación estilo Harvard Anglia

Montoya Macario, E.D., 2019. La capacidad para acceder a nuevos mercados como factor de competitividad: Industria del bordado y confección de uniformes en Querétaro. *Revista UPIICSA Investigación Interdisciplinaria*, enero-junio, 5(1), pp. 10-17.

Citación estilo IEEE

[1] E.D. Montoya-Macario. La capacidad para acceder a nuevos mercados como factor de competitividad: Industria del bordado y confección de uniformes en Querétaro. *Revista UPIICSA Investigación Interdisciplinaria*, vol. 5 No. 1, pp. 10-17, enero-junio de 2019.