



**Decanato de Negocios**

**MEMORIAS DE  
INVESTIGACIÓN**

**FEBRERO 2018 – AGOSTO 2018**

# TABLA DE CONTENIDO

Artículos	1
Capítulos de libro	3
Memorias en congresos	4
Información de Investigadores	10

## Artículos

### TÍTULO

**Gross domestic product deficiencies as indicator of sustainable development. The case of Mexico.**

### ABSTRACT

Since 1934, the Gross Domestic Product (GDP) has been considered as a valid indicator of progress, well-being and sustainable development. In economics, it has been the most relevant measuring indicator and the most widely used because international political-economic relations are based on it. In 2012, during the World Summit of Sustainable Development, Rio+20 the use of the GDP as a measure for development and prosperity was discussed and additional indicators for the GDP were proposed to measure natural wealth, social well-being and progress.

The goal of this document is to prove deficiencies in using the GDP as the single indicator for sustainable development in Mexico. Different comparisons and analyses on sustainable development were performed in all states in the Mexican Republic.

The study was developed in two stages. In the first stage, only economic indicators were considered, analysing the contribution that each sector had on the GDP. On the second stage additional indicators related to all the dimensions of sustainable development; economic, social, environmental and institutional, were used.

The methodology is supported on the Diffuse Model of Subjective Preferences. The results show that in the case study, the GDP is not ideal as a single indicator of progress, well-being and sustainable development in an economy.

JEL: 0540, H760, C630

### AUTORES

Ingrid Nineth Pinto López, Juan Carlos Botello, Cynthia María Montaudón Tomas.

### NOMBRE DE LA REVISTA

The Business and Management Review, Volume 9, Number 4.

### AÑO DE PUBLICACIÓN

2018.

### ISSN IMPRESO

2047-2854

### ISSN ELECTRÓNICO

2047-2862

### CITAS

### TÍTULO

**Emotional bonds to the internal customer. A perspective to the relationship marketing. Case a private university Mexico.**

### ABSTRACT

Constant changes with which service organizations live, require the design of new strategies to compete and generate a market positioning. However, many times the outward watching eye focus all efforts on the external customer: new trends in business, innovation and competitiveness, so it is imperative that service companies do not forget to look into the organization, to the staff or the partner, i.e. to the internal customers. It is not only about training, professionalism and motivation, but about recognizing the factors that influence the creation of emotional bonds between personal and organizational values.

This is a non-experimental, quantitative, descriptive and simple transversal research that discusses the factors that create emotional bonds among academic and administrative staff of a private university

in the state of Puebla, Mexico. Emotions, moods and emotional perception are the dimensions investigated.

The results demonstrate that the mood is the most important factor in creating emotional bonds among internal customers.

---

<b>AUTORES</b>	Laura Mayela Ramírez Murillo, Juan Carlos Botello.
<b>NOMBRE DE LA REVISTA</b>	The Business and Management Review, Volume 9, Number 4.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>ISSN IMPRESO</b>	2047-2854
<b>ISSN ELECTRÓNICO</b>	2047-2862

---

**CITAS**

## Capítulos de libro

<b>CAPÍTULO DE LIBRO</b>	<b>El futuro del emprendimiento social en México</b>
ABSTRACT	El futuro del emprendimiento social en México, capítulo 13, lleva el análisis de los diversos aspectos del emprendimiento social a una conclusión lógica: mediante entrevistas de primera mano con actores clave del ecosistema, quienes reflexionan sobre el estado actual y futuro de las empresas sociales en el país. El capítulo y el libro terminan con un modelo que resume la visión para la innovación social y el impacto positivo desde diversas perspectivas, y presentan también las barreras e impulsores para el futuro del emprendimiento social en México.
<b>TÍTULO</b>	Modelando el emprendimiento social en México
<b>EDITORIAL</b>	Centro de investigación e iniciativa empresarial IPADE Publishing
<b>AÑO DE EDICIÓN</b>	2018
<b>AUTORES</b>	Judith Cavazos Arroyo Olivia Alejandra Paredes Aldama

## Memorias en congresos

<b>TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN</b>	<b>Fourth industrial revolution: trends and prospects.</b>
ABSTRACT	<p>This documental, non-experimental and descriptive research has been developed for academic purposes in order to identify the main benefits of the fourth industrial revolution.</p> <p>In next years what is now known today as the fourth industrial revolution will require the deployment of skills related to the fields of artificial intelligence and machine learning, robotics, nanotechnology, 3-D printing, and genetics and the biotechnology, skills that will cause changes in models of business and in learning strategies, among other situation, that consequently this situation requires a profound change in the set of skills necessary to thrive in the new global scenario.</p> <p>The fourth industrial revolution also involves the empowerment of citizens, this is why this research explains that the central role of the Government in this context must be the co-creation of knowledge, promoting the change and opening the doors to a decentralized, open and intelligent governance, encouraging the creation of networks of citizens who actively participate in challenges such as facilitating communication and collaboration in periods of crisis such as natural disasters.</p> <p>The objective of this research is to analyze the concept of fourth industrial revolution, and according to the theoretical framework analyzed propose a strategy in order to take advantages of this in the near future.</p> <p>Keywords: fourth industrial revolution, artificial intelligence, digital economy.</p>
<b>AUTORES</b>	JOSE GERARDO DE LA VEGA MENESES.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	12TH ANNUAL INTERNATIONAL TECHNOLOGY, EDUCATION AND DEVELOPMENT CONFERENCE.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	España.
<b>ISBN</b>	978-84-697-9480-7
<b>CITAS</b>	J.G. de la Vega Meneses, R.D. García Hernández (2018) FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION: TRENDS AND PROSPECTS, INTED2018 Proceedings, pp. 7624-7630.

<b>TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN</b>	<b>Small business and entrepreneurship: trends and challenges.</b>
ABSTRACT	<p>This documental, non-experimental and descriptive research has been developed for academic purposes in order to identify the main benefits of the development entrepreneurship and small business.</p> <p>Promoting the reactivation of enterprise development could help to improve economic growth and provide an important boost to long-term productivity, given the positive relationship between rates of new business creation and growth of the productivity.</p> <p>This document highlights the importance of promoting the "Orange economy", which refers to the development of the cultural and creative economy, where the innovations in business models</p>

are related to the development of digital cooperatives, development of social networks, the encourage of micro grants to artists, development of biotechnology products, development of regional and cultural markets, and the development of creative responses to natural disasters.

The objective of this research is to analyze the concept of entrepreneurship and small business, and according to the theoretical framework analyzed propose a strategy in order to take advantages of entrepreneurship for economic development.

Keywords: orange economy, circular economy, digital economy.

<b>AUTORES</b>	JOSE GERARDO DE LA VEGA MENESES.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	12TH ANNUAL INTERNATIONAL TECHNOLOGY, EDUCATION AND DEVELOPMENT CONFERENCE.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	España.
<b>ISBN</b>	978-84-697-9480-8
<b>CITAS</b>	J.G. de la Vega Meneses (2018) SMALL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP: TRENDS AND CHALLENGES, INTED2018 Proceedings, pp. 7631-7636.

<b>TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN</b>	<b>La relación entre Escolaridad &amp; Consumo Responsables en las mujeres en Puebla.</b>
<b>ABSTRACT</b>	Las diferencias entre el consumir y el consumismo son grandes. Una se refiere al impulso natural por satisfacer las necesidades y deseos; otra, a la capacidad de las personas de convertir esta necesidad en una obsesión, donde todo es factible de comprarse y venderse, aunque caduque en un tiempo relativamente corto. Un consumidor responsable es aquel que basa sus compras en criterios de responsabilidad, justicia y solidaridad social, consciente de los desequilibrios en el ingreso de la población y de los altos índices de pobreza a nivel mundial; estos consumidores basan sus compras, por ejemplo, en artículos elaborados en comunidades rurales. El objetivo de este estudio es analizar las actitudes del consumo responsable de amas de casa de la ciudad de Puebla, al medir su grado de conciencia, su nivel de compromiso, el esfuerzo de compra y el punto de venta. Esta investigación es no experimental, cuantitativa y descriptiva. Los resultados demuestran que existe una relación directamente proporcional entre el consumo responsable y el nivel de ingreso; que el factor más importante que afecta el consumo responsable es el grado de conciencia, en donde intervienen elementos como las marcas de prestigio, el medio ambiente, la salud y el precio.

<b>AUTORES</b>	Laura Mayela Ramírez Murillo.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	XXII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas. ACACIA.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	México.
<b>ISBN</b>	1405-924X
<b>CITAS</b>	

<b>TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN</b>	<b>Emotional bonds to the internal customer. A perspective to the relationship marketing. Case a private university Mexico.</b>
ABSTRACT	<p>Constant changes with which service organizations live, require the design of new strategies to compete and generate a market positioning. However, many times the outward watching eye focus all efforts on the external customer: new trends in business, innovation and competitiveness, so it is imperative that service companies do not forget to look into the organization, to the staff or the partner, i.e. to the internal customers. It is not only about training, professionalism and motivation, but about recognizing the factors that influence the creation of emotional bonds between personal and organizational values.</p> <p>This is a non-experimental, quantitative, descriptive and simple transversal research that discusses the factors that create emotional bonds among academic and administrative staff of a private university in the state of Puebla, Mexico. Emotions, moods and emotional perception are the dimensions investigated.</p> <p>The results demonstrate that the mood is the most important factor in creating emotional bonds among internal customers.</p>
<b>AUTORES</b>	Laura Mayela Ramírez Murillo, Juan Carlos Botello.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	8va International Conference on Restructuring of the Global Economy (ROGE).
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	Inglaterra.
<b>ISBN</b>	2047-2872
<b>CITAS</b>	

<b>TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN</b>	<b>Perspectiva de inclusión financiera. Junta Auxliar Santa Clara Ocoyucan, Estado de Puebla.</b>
ABSTRACT	<p>En este mundo globalizado la inclusión es un elemento que trasciende fronteras y que permite a los individuos integrarse a los sistemas sociales, económicos y políticos facilitando su desarrollo personal y familiar, sin embargo existen comunidades que no tienen el acceso a estas oportunidades y quedan excluidos de su participación en la región, especialmente este tipo de exclusión se presenta en el aspecto financiero. El objetivo de este estudio es analizar la percepción de inclusión financiera de la junta auxiliar de Santa Clara Ocoyucan del estado de Puebla. Esta es una investigación empírica cuyos resultados demuestran que los instrumentos financieros formales utilizados básicamente en la zona son las tarjetas de nómina y las tarjetas de crédito, mientras que los instrumentos financieros informales utilizados son las tandas, los préstamos de los familiares y el préstamo de conocidos (prestamistas). Existe una enorme falta de confianza en los</p>



instrumentos financieros formales, sin embargo, se puede apreciar que los de trabajadores jóvenes con empleos formales y los trabajadores independientes (oficios) han empezado a utilizar en una mayor medida los instrumentos financieros formales como es el caso del crédito de tiendas departamentales, la administración de las remesas, la utilización de crédito para inversión de pequeñas empresas, prestaciones sociales y los seguros.

<b>AUTORES</b>	Laura Mayela Ramírez Murillo Y Alicia Lucrecia Yañez Monada.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	VIII Congreso Internacional de Investigación Financiera.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	México.
<b>ISBN</b>	2047-2854; 2047-2862
<b>CITAS</b>	

<b>TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN</b>	<b>Gross Domestic Product deficiencies as Indicator of Sustainable Development. The case of Mexico.</b>
<b>ABSTRACT</b>	<p>Since 1934, the Gross Domestic Product (GDP) has been considered as a valid indicator of progress, well-being and sustainable development. In economics, it has been the most relevant measuring indicator and the most widely used because international political-economic relations are based on it. In 2012, during the World Summit of Sustainable Development, Rio+20 the use of the GDP as a measure for development and prosperity was discussed and additional indicators for the GDP were proposed to measure natural wealth, social well-being and progress.</p> <p>The goal of this document is to prove deficiencies in using the GDP as the single indicator for sustainable development in Mexico. Different comparisons and analyses on sustainable development were performed in all states in the Mexican Republic.</p> <p>The study was developed in two stages. In the first stage, only economic indicators were considered, analyzing the contribution that each sector had on the GDP. On the second stage additional indicators related to all the dimensions of sustainable development; economic, social, environmental and institutional, were used.</p> <p>The methodology is supported on the Diffuse Model of Subjective Preferences. The results show that in the case study, the GDP is not ideal as a single indicator of progress, well-being and sustainable development in an economy.</p>

JEL: 0540, H760, C630

<b>AUTORES</b>	Ingrid Nineth Pinto López, Juan Carlos Botello, Cynthia María Montaudón Thomas.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	8va International Conference on Restructuring of the Global Economy (ROGE).
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	Inglaterra.
<b>ISBN</b>	
<b>CITAS</b>	

**TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN** **Impacto del marketing digital en estudiantes universitarios de UPAEP.**

**ABSTRACT** Vivimos en una época en la que el impacto del desarrollo de la tecnología, y en general del uso de plataformas digitales, es evidente y está en crecimiento exponencial. Sin duda alguna, el hecho de vivir bajo un esquema que exige a la sociedad generar y adquirir información al instante, estar en un constante cambio e interacción, ha revolucionado al sector comercial. Ante esta tendencia de publicidad en la red y el uso masivo de medios digitales por parte de los universitarios, surge la necesidad de explorar el impacto que la mercadotecnia digital ha tenido sobre éstos, con la finalidad de analizar su incidencia. El objetivo de esta investigación es identificar a través de un estudio de caso, el impacto que tiene el marketing digital en los estudiantes universitarios.

<b>AUTORES</b>	Alejandra Benítez Garibay, Ingrid Nineth Pinto López.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	Congreso Internacional de Investigación e Innovación. Año 2. No. 1.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	México.
<b>ISBN</b>	2448-6035
<b>CITAS</b>	

**TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN** **Percepción de estudiantes universitarios sobre las implicaciones del cambio climático en los negocios.**

**ABSTRACT** El cambio climático es uno de los problemas actuales más importantes y afecta todas las facetas de la vida humana, a pesar de esto, las respuestas al mismo han sido limitadas. Los negocios también se ven afectados, por lo que se hace necesario identificar el impacto del cambio climático en ellos, así como educar y comprender las percepciones de los estudiantes universitarios que actualmente se perfilan en áreas administrativas.  
El objetivo del presente trabajo es analizar la percepción que tienen los estudiantes universitarios en torno a la necesidad imperativa de cambio y adaptación de los negocios para contrarrestar los efectos negativos que el cambio climático genera en el entorno y en las prácticas de negocios.  
Palabras clave: cambio climático, percepción, impactos, educación, negocios.

<b>AUTORES</b>	Elisa Paola Ruíz Saldaña, Karen Estefany de la Cruz Aguirre, Ingrid Nineth Pinto López.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	Congreso Internacional de Investigación e Innovación. Año 2. No. 1.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018.
<b>PAÍS</b>	México.
<b>ISBN</b>	2448-6035
<b>CITAS</b>	

**TÍTULO DE LA PUBLICACIÓN** **The New determinant creation theory: The case of Colombia.**

**ABSTRACT** During the eighties, Latin America was surrounded by economic crises, increased external debt, and poor growth of the Gross Domestic Product as well as little attraction of foreign direct investment (FDI).

---

Later in the nineties, some countries in the region inspired by the desire to eliminate the protectionist model had to undertake reforms that sought to achieve their commercial opening to start a new economic model and thereby show the world as an attractive area for attracting investment mainly from Europe and Asia.

One of the countries that made institutional changes (creation or improvement of several determinants) in the nineties as well as in the next decade was Colombia that, combined with other existing determinants, increased its FDI flows.

In this research, the new determinant creation theory proposed by Botello and Dávila (2014) was applied to demonstrate which were the determinants used by Colombia to attract FDI during the period from 2005 to 2012. The results show that the design of an industrial policy focused on attracting FDI, as well as the increase of the Gross Domestic Product, the offer of natural resources to foreign investors, the skilled workforce and the improvements in infrastructure were the determinants that increased the probability of attracting capitals from abroad.

---

<b>AUTORES</b>	Botello Osorio, J.C. y Dávila Delgado, Martín.
<b>TÍTULO DE LAS MEMORIAS</b>	ABRM 7th International Conference on restructuring of the global economy, 2017.
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN</b>	2018
<b>PAÍS</b>	Inglaterra
<b>ISBN</b>	ISSN 2047-2854
<b>CITAS</b>	

---

## Información de Investigadores

**LAURA MAYELA RAMÍREZ MURILLO**  
MERCADOTECNIA



Tel. 2299400  
Ext. 7510  
[lauramayela.ramirez@upaep.mx](mailto:lauramayela.ramirez@upaep.mx)

**CYNTHIA MARIA MONTAUDON TOMAS**  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Tel. 2299400  
Ext. 7186  
[cynthiamaria.montaudon@upaep.mx](mailto:cynthiamaria.montaudon@upaep.mx)

**PAOLA JEANNETE VERA BAEZ**  
GASTRONOMÍA



Tel. 2299400  
Ext. 7011  
[paolajeannete.vera@upaep.mx](mailto:paolajeannete.vera@upaep.mx)

**ALICIA LUCRECIA YAÑEZ MONEDA**  
ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES



Tel. 2299400  
Ext. 7181  
[alicialucrecia.yanez@upaep.mx](mailto:alicialucrecia.yanez@upaep.mx)

**CLAUDIA MALCÓN CERVERA**  
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS



Tel. 2299400  
Ext. 7032  
[claudia.malcon@upaep.mx](mailto:claudia.malcon@upaep.mx)

**GABRIEL ABRAHAM CARDOSO UGARTE**  
GASTRONOMÍA



Tel. 2299400  
Ext. 7018  
[gabrielabraham.cardoso@upaep.mx](mailto:gabrielabraham.cardoso@upaep.mx)

**JUAN CARLOS BOTELLO OSORIO**  
COMERCIO INTERNACIONAL



Tel. 2299400  
Ext. 7187  
[juancarlos.botello@upaep.mx](mailto:juancarlos.botello@upaep.mx)

**JOSÉ GERARDO DE LA VEGA MENESES**  
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Tel. 2299400  
Ext. 7757  
[josegerardo.delavega@upaep.mx](mailto:josegerardo.delavega@upaep.mx)

**INGRID NINETH PINTO LÓPEZ**  
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS



Tel. 2299400  
Ext. 7098  
[ingrid.pinto@upaep.mx](mailto:ingrid.pinto@upaep.mx)

**ANSELMO SALVADOR CHÁVEZ CAPÓ**  
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Tel. 2299400  
Ext. 7180  
[anselmo.chavez@upaep.mx](mailto:anselmo.chavez@upaep.mx)

**ANA LAURA DOMÍNGUEZ PAREDES**  
EMPRENEDORES



Tel. 2299400  
Ext. 7884  
[analaura.dominguez@upaep.mx](mailto:analaura.dominguez@upaep.mx)