

# Mercados y Negocios (1665-7039)

1665-7039 impreso

2594-0163 electrónico

Vol. 1, Núm. 37, enero-junio (2018)

## Carta del editor

La comunicación científica en México vive enormes retos ante la carrera de adaptar sus formas de comunicación a las nuevas tecnologías. No es tarea fácil convencerse de abandonar el papel y la imprenta para apostar por el código abierto. Sin embargo, esto es apremiante debido al retraso que se lleva en comparación con otras regiones. Un reto muy evidente ha sido comprender el acceso abierto, reconociendo que este permite mayor visibilidad a la ciencia y que ayuda a evitar el plagio. Razón por la que nos alegra que a partir del número 37, Mercados y Negocios cuenta con el ISSN electrónico, además del impreso.

Este número contiene cinco trabajos de investigación, todos de universidades nacionales. El primero artículo se titula Competitividad del comercio internacional de servicios intensivos en conocimiento de México, Chile, Colombia, Costa Rica y Brasil, y ha sido escrito por Andrea Samanta Méndez Maya, Irma Cristina Espitia Moreno y Evaristo Galeana Figueroa. De acuerdo con los autores el sector servicios ha tenido un acelerado crecimiento en los últimos años, particularmente, los intensivos en conocimiento. El objetivo de su investigación consistió en la identificación de los sectores más competitivos en el comercio internacional de servicios intensivos en conocimiento de México, Chile, Colombia, Costa Rica y Brasil. Los hallazgos demuestran que los seguros, las telecomunicaciones, servicios de informática y de información, y otros servicios a negocios fueron los sectores más competitivos. Se concluye que América Latina comienza a ser una de las regiones más atractivas para el *offshoring* de servicios en el comercio internacional de servicios intensivos en conocimiento.

Modelo de madurez para la valoración de las mejores prácticas de las empresas de menor tamaño manufactureras, es el segundo trabajo, y fue escrito por Oscar Montaña Arango, José Ramón Corona Armenta, Héctor Rivera Gómez. Los autores presentan un modelo para medir la aplicación de las mejores prácticas de un grupo de pequeñas empresas manufactureras del estado de Hidalgo. La metodología partió de una investigación con un enfoque mixto, donde el diseño planteado permitió desarrollar un diagnóstico y valorar 14 prácticas comunes en las empresas de menor tamaño en 4 niveles de madurez: vulnerable, estable, crecimiento y mejora continua.

Salomón Montejano García, Gabriela Citlalli López Torres, Rocío Monserrat Campos García y Marcelo de Jesús Pérez Ramos son autores del tercer trabajo, Tecnologías de la información e influencia en la aplicación de los principios de innovación. En este analizan la influencia de las tecnologías de la información en la aplicación de los principios de la innovación. Se aplicó una encuesta a 149 empresarios en Aguascalientes. Después de un análisis de correlación y una regresión lineal, el estudio reveló que existe una relación fuerte entre la utilización de TICS, y la disposición que tiene la empresa a innovar. Al incrementar la utilización de tecnologías de información, también se incrementa la aplicación de innovación en las organizaciones.

El cuarto trabajo es Características de consumo de los espectadores mexicanos en salas de cine comerciales por David Fernando Lozano Treviño. Lozano analiza los factores del cine hollywoodense para controlar el mercado de películas en México. Menciona algunas estrategias para llegar a captar espectadores y consideraciones para las OPC mexicanas en la búsqueda de generar mercados. Vincula el estímulo entre los espectadores, el aprecio a las artes, la reflexión, el aprendizaje y el entretenimiento con el gasto mensual en pesos para ver películas que anteponen el entretenimiento sobre cualquier otra característica del cine.

4

El quinto trabajo, Indicadores de competitividad en una Universidad en Consolidación, por Naú Silverio Niño Gutiérrez sintetiza en ocho indicadores la competitividad de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro). El trabajo se sustenta en el enfoque socioformativo estructurado en la línea de desarrollo del currículo sociocognitivo complejo. La metodología empleada fue la revisión de materiales impresos y digitales de tópicos como el enfoque socioformativo, el ingreso al Consorcio de Universidades Mexicanas y el Sistema Nacional de Bachillerato.

Dr. José Sánchez Gutiérrez  
Editor