

<https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1259>

Artículos científicos

**Escuela de refuerzo de las matemáticas y del idioma español,
emprendimiento para sacar provecho de la covid-19**

***School of Reinforcement of Mathematics and of the Spanish Language,
Entrepreneurship to Take Advantage of COVID-19***

***Escola para reforçar a matemática e a língua espanhola,
empreendedorismo para tirar partido da covid-19***

Guillermo José Navarro Del Toro

Universidad de Guadalajara, México

guillermo.ndeltoro@academicos.udg.mx

<https://orcid.org/0000-0002-4316-879X>

Luis Enrique Romo González

Universidad de Guadalajara, México

enrique.romo@academicos.udg.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1368-7695>

Resumen

Este artículo es resultado de un proyecto orientado a la generación de una escuela de refuerzo de las matemáticas y del idioma español. Se trata de un emprendimiento de oportunidad, ya que, debido a la pandemia covid-19, se formaron lagunas en los conocimientos de los alumnos de nivel básico, las cuales se buscan llenar con cursos remediales y de refuerzo en las áreas de matemática y español. Mediante una planeación estratégica, se hizo una investigación de mercado en el municipio de Cihuatlán, Jalisco, para saber por qué tuvieron éxito algunos negocios regionales y por qué otros fracasaron. A partir de esto se hace un análisis del mercado potencial, se analizan los elementos (recursos humanos y económicos iniciales), se detecta que el nicho de mercado con mayores probabilidades de éxito se encuentra en los niños de nivel elemental (educación primaria) y se desarrolla la marca y producto.



Palabras clave: conocimientos, emprendedurismo, planeación estratégica.

Abstract

This article is the result of a project aimed at creating a school to reinforce mathematics and the Spanish language. It is an opportunity venture, since, due to the covid-19 pandemic, gaps were formed in the knowledge of basic level students, which are sought to be filled with remedial and reinforcement courses in the areas of mathematics and Spanish. . Through strategic planning, market research was carried out in the municipality of Cihuatlán, Jalisco, to find out why some regional businesses were successful and why others failed. From this, an analysis of the potential market is made, the elements (initial human and economic resources) are analyzed, it is detected that the market niche with the greatest probability of success is found in elementary level children (primary education) and the brand and product are developed.

Keywords: knowledge, entrepreneurship, strategic planning.

Resumo

Este artigo é o resultado de um projeto que visa a criação de uma escola de reforço da matemática e da língua espanhola. É um empreendimento de oportunidade, pois, devido à pandemia de covid-19, formaram-se lacunas no conhecimento dos alunos do nível básico, que se busca preencher com cursos de reforço e corretivos nas áreas de matemática e espanhol. Por meio do planejamento estratégico, foi realizada uma pesquisa de mercado no município de Cihuatlán, Jalisco, para descobrir por que alguns negócios regionais foram bem-sucedidos e por que outros falharam. A partir disso, faz-se uma análise do mercado potencial, analisam-se os elementos (recursos humanos e econômicos iniciais), detecta-se que o nicho de mercado com maior probabilidade de sucesso se encontra nas crianças do ensino fundamental (ensino fundamental) e desenvolvem o marca e produto.

Palavras-chave: conhecimento, empreendedorismo, planejamento estratégico.

Fecha Recepción: Enero 2022

Fecha Aceptación: Agosto 2022



Introducción

En donde algunos ven un problema, otros ven una oportunidad. Durante la pandemia de enfermedad por coronavirus de 2019 (covid-19), se suscitaron afectaciones en todos los órdenes de la vida en todos los países del planeta. De acuerdo con Serrano (23 de marzo de 2020), algunas empresas (pequeñas, medianas y grandes) se vieron y continúan viéndose afectadas gravemente por las medidas sanitarias recomendadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para limitar la proliferación del virus; otras, sin embargo, pudieron ver una oportunidad para implementar, por ejemplo, instrumentos de cuidado contra este (fabricantes de cubrebocas, mascarillas, trajes de aislamiento, tanques de oxígeno, batas, guantes, respiradores, entre otros).

En el caso específico del estado de Jalisco, México, a partir del día 17 de marzo del 2020, según lo que reporta Reza (2020), el gobernador del Estado ordenó la suspensión de las clases para todos los niveles. Nadie creía que iría más allá de la terminación del ciclo escolar (2019-2020).

Docentes, padres de familia y estudiantes entraron en una etapa jamás vista. Iniciaron clases remotas, hubo docentes que no sabían usar las herramientas de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Muchos docentes solicitaron permiso, otros activaron el mecanismo de jubilación. La mayoría no tenía conocimientos del uso de la computadora y el celular para tener acceso a redes sociales, y tuvo que aprender a manejar de cero algún *software* para interactuar con sus estudiantes de manera remota (*Infobae*, 23 de agosto de 2020).

Servín y Ortega (2020) exponen que los docentes, instituciones educativas y estudiantes debieron adaptarse rápidamente a una nueva dinámica. Alumnos de niveles básicos (apoyados por padres) realizaron un mayor esfuerzo para tratar de entender los nuevos métodos didácticos que estaban desarrollando los docentes para satisfacer lo mejor posible las necesidades del momento. El docente recurrió al uso de video para explicar contenidos, lo que ocasionó un desgaste tanto para él mismo, para el docente, como para los estudiantes y padres de familia de los menores de edad que no contaban con conocimientos o tiempo para explicarles a sus hijos. Se trató de un cúmulo de sensaciones: estrés, cansancio y desesperación por estar todo el día en casa y no poder canalizar toda esa energía acumulada.

Muchos estudiantes del nivel básico no contaban con computadora o celular para acceder a las sesiones grupales (docentes/compañeros), lo que obligó a los padres a adquirir

por lo menos un celular o computadora, que sería compartido por todos los estudiantes de la familia en grados educativos diferentes. Tal y como lo comenta Quintero (2021), la situación hizo que las dinámicas de estudio, de casa y de trabajo se superpusieran.

Docentes y estudiantes, a prueba y error en comunicaciones y metodologías, concluyeron el periodo escolar 2019-2020. El siguiente periodo escolar (2020-2021) fue la etapa en donde docentes y estudiantes tuvieron que manejar con plenitud *software* para “impartir” y “evaluar” los cursos del grado escolar. De acuerdo con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [Unicef] (2020), en este periodo se incrementó la deserción escolar de manera alarmante (debido al modelo de educación a distancia) y las lagunas en los conocimientos de los estudiantes.

Las lagunas en los estudiantes de nivel básico son más persistentes en matemáticas e idioma español, lo que, hoy en día, se convierte en una oportunidad para establecer un sistema de cursos remediales para poner al corriente a esos niños, y así aprovechar positivamente una desgracia.

Metodología

La metodología que se empleó para llevar a cabo este trabajo se basa en el método científico. Se parte de conocer cuál fue el efecto que dejó la pandemia en los niños de primaria de la región (originado por la formación profesional) en el manejo del idioma español y matemáticas. Mediante la planeación estratégica, se hizo una investigación de mercado en el municipio de Cihuatlán, Jalisco, para saber por qué tuvieron éxito algunos negocios regionales y por qué otros fracasaron. A partir de esto se hace un análisis del mercado potencial, se analizan los elementos (recursos humanos y económicos iniciales), se detecta que el nicho de mercado con mayores probabilidades de éxito se encuentra en los niños de nivel elemental (educación primaria) y se desarrolla la marca y producto. Enseguida, se diseña la estrategia para llegar al cliente y la forma de cómo hacer al cliente parte de la empresa, se toman consideración las variables de aceptación y funcionalidad que permitirán hacer la comparación con empresas similares que podrían surgir en el mercado. Por último, los datos obtenidos como resultados se evalúan para conocer el grado de desviación que se tenga entre lo logrado y lo proyectado.

Planeación estratégica del proyecto

Bojórquez y Pérez (2013) escriben que en la planeación estratégica todos los elementos que participan de forma activa y pasiva en una empresa se fundamentan en estudios que permitan establecer clara y precisamente el tipo de empresa, para qué se va a establecer, qué análisis deben de hacerse antes de iniciar, analizar la competencia y características, el tipo de producto o servicio a ofrecer. Todo debe planearse junto con las proyecciones de crecimiento a que se aspira, es decir, planear cuáles y cómo serán las formas para que la empresa esté presente en los clientes potenciales.

El estudio de mercado debe hacerse de forma consistente y sólida, para determinar si se tiene o no la oportunidad de ser una empresa competitiva con su propio nicho de mercado y que sea identificada como algo necesario que no pueden dejar de consumir.

Características del emprendimiento: casos de éxitos y fracasos

Hay empresas que nacieron en la cochera de una casa y ahora sus productos están en los hogares de millones de consumidores, por ejemplo, Apple y Google, según lo manifiestan Teresa (s. f.) y Rubal (2019), y otras que después de haber alcanzado el pináculo del éxito se fueron a la quiebra y casi se extinguieron con el surgimiento de la tecnología digital, dentro de las cuales el caso más representativo es el de Kodak (Ekos, 17 de enero de 2018).

Toda empresa naciente depende de la cohesión entre sus integrantes, políticas y trabajo en equipo. De igual manera, dependerá su crecimiento. Al crecer la empresa, crecen los integrantes del equipo, como lo plantea Fuentes (16 de marzo de 2017), quien también recomienda que no es conveniente que la misma persona permanezca mucho tiempo dirigiendo la empresa: con los cambios surgirán nuevas ideas. Por último, recomienda que una parte de las ganancias se reinviertan en la empresa misma para seguir creciendo y diversificando productos y nichos de mercado.

Por ello, es importante siempre buscar fuentes de financiamiento capaces de aportar el capital requerido por la empresa y así destacar en el ámbito de su competencia hasta lograr la independencia económica con la colocación y venta de productos o servicios.

Sustento que se empleó para el emprendimiento

Emprender una empresa o actividad como profesionista independiente no es fácil y sus frutos no son inmediatos. De ahí que el emprendedor requiera no solo de los conocimientos del área de la especialidad cursada, sino también que los complemente con muchos otros. Cabe señalar que, etimológicamente, de acuerdo con Pérez (10 de enero de 2019), el término proviene del francés *entrepreneur*, que se traduce como ‘pionero’; es la capacidad de una persona (grupo) para hacer un esfuerzo adicional y alcanzar una meta, proyecto o empresa. El emprendedor enfrenta el desafío de un nuevo negocio o actividad productiva, debe hacerlo con actitud positiva y ser determinante para enfrentar retos y dificultades. Igualmente, es importante señalar que el emprendimiento se clasifica por tamaño, grado de innovación o de acuerdo con el ámbito en el que se desarrolle.

Este proyecto está orientado a la generación de una escuela de refuerzo de las matemáticas y del idioma español, y consiste en un *emprendimiento de oportunidad*, ya que, debido a la pandemia, se formaron lagunas en los conocimientos de los alumnos de nivel básico, las cuales se buscan llenar con cursos remediales y de refuerzo en las áreas de matemática y español. El análisis realizado arroja que existen 35 centros de educación de nivel básico en el municipio de Cihuatlán y 20 de ellos en la cabecera municipal (Municipios de México, 2020).

La misión, la visión y los objetivos de la empresa a emprender, una escuela de refuerzo de las matemáticas y del idioma español, se formularon de la siguiente forma:

- *Misión*: ser una organización educativa capaz de reforzar los conocimientos de educación primaria de cualquier estudiante del nivel básico.
- *Visión*: ser la mejor organización en refuerzo de conocimientos de nivel básico para que el estudiante acceda al siguiente nivel educativo por encima del estándar y, por extensión, con gran confianza.
- *Principios y valores*: ser una institución con alto sentido del deber, responsabilidad y dedicación orientada a la búsqueda de mejores niveles de calidad de vida. Y que la ética y moral de las personas que la conforman se antepongan a cualquier acto de vida.
- *Objetivos a largo plazo*: tener una plantilla docente con crecimiento anual, que destaque por su capacidad y calidad de conocimientos en las áreas de matemáticas, español y educación física, para formar una empresa capaz de llenar las lagunas de

conocimiento causadas por la educación a distancia y así estar al nivel que tendrían si no hubiese existido la pandemia.

- Estrategias para alcanzarlos los objetivos: verificar que los conocimientos que se adquieren de gestión en diplomados, especialidades o estudios de postgrado, de acuerdo con Pamplona (2020), permiten sacar partido de las condiciones ocasionadas por la pandemia, y así aprovechar al máximo los conocimientos y emprender, con beneficio social y reconocimiento de los habitantes de la población de Cihuatlán, Jal., mediante la aplicación de las técnicas que subsanen las lagunas originadas por la educación a distancia.

La propia investigación conduce a impulsar al estudiante a continuar sus estudios y aprovechar las becas disponibles para ello, así como a alejarlo de distractores perjudiciales en su vida, familia y salud. Se propiciará que destaquen en estudios de niveles subsecuentes, basados en los conocimientos sólidos que adquieran. Por ello, se ha planeado que el horario del estudiante para realizar estas actividades será de las 16:00 a las 19:00 horas, lo cual podrá ser verificado al concluir el primer año de funcionamiento.

Entrevistas realizadas sobre algunas experiencias de emprendimiento en la región

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Inegi] (2020), Cihuatlán, Jalisco, tiene 40 139 pobladores. Entre los negocios emprendidos con éxito están plantaciones de plátano, exportadoras de coco y la fabricación de plátanos fritos, entre otros. Pero es común ver que se establecen negocios de preparación y venta de comida, como los de carne asada, generalmente ubicados en cruceros de calles, con afluencia de vehículos y personas a pie.

Las investigaciones de campo realizadas permitieron establecer que no se toma, de manera general, en consideración que existan negocios fijos que no estén relacionados con la preparación de alimentos, como son talleres o medios de transporte, entre otros. Por ello, la mayoría de esos negocios desaparecen sin llegar al año de vida y el espacio que ocuparon está solo o con otro negocio diferente. Por esa aparición y desaparición de negocios, se les considera fracasos. Ese fenómeno obligó a hacer un cuestionario para detectar si las empresas que se han establecido pueden ser consideradas exitosas o un fracaso (tabla 1).

Tabla 1. Encuesta aplicada en algunos negocios de Cihuatlán, Jalisco

Pregunta		Opciones
1	¿Acudiste a alguien para que te asesorara?	(No), (Amigos), (Familiares), (Gente que tiene negocios similares), (Asesores financieros)
2	¿De dónde provino el capital inicial para el emprendimiento?	(Ahorros), (Préstamos de entidad fiduciaria), (De la familia), (De amigos)
3	¿Durante cuánto tiempo estuviste planeando el emprendimiento?	Una sola vez), (Vi algo similar en otro lugar), (Lo estuve platicando con la familia por mucho tiempo), (Leí sobre los negocios de este tipo), (Consulté con quienes podrían convertirse en mis consumidores)
4	¿Hiciste algún tipo de encuesta entre los posibles clientes?	(No), (Ignoro en qué consisten), (No sé hacerlas), (Solo preguntas a mis conocidos), (Pregunté entre familiares)
5	¿Qué factores tomaste en consideración para emprender el negocio?	(Familia), (Dinero disponible), (Simplicidad del emprendimiento), (Estudio de mercado), (cercanía de otros negocios), (Posibles competidores)

Fuente: Elaboración propia

Las respuestas fueron proporcionadas por una empresa fabricante de plátano frito que cuenta con más de 10 años de existencia, por lo que se considera que es una empresa de éxito; la otra empresa que participó en la encuesta fue una que se dedica a la venta de carnes asadas, ya sea en tacos, platillo o para llevar. A continuación, se muestran los resultados de las respuestas y se explican las respuestas que dieron.

Tabla 2. Trata de establecer si se contó con la asesoría adecuada

1) ¿Acudiste a alguien para que te asesorara?		
Tipo de empresa que respondió	Éxito	Fracaso
No		
Amigos	1	
Familiares		
Negocios similares		1
Asesor financiero		

Fuente: Elaboración propia con las respuestas a la encuesta

Los encuestados de la empresa fabricante de plátano frito mencionó que al ser una pareja de jubilados y contar con amigos que viven en otras poblaciones, estos les hicieron ver que el negocio no era fácil iniciarlo, mantenerse y hacerlo crecer, pero consideran que fue muy buena la asesoría que recibieron, que ahora cuentan con dos empleados. Por el contrario, el representante de la otra empresa, la de venta de carnes asadas, mencionó que todo el tiempo, mientras acudía a comer a puestos similares, preguntaba a los dueños qué tan difícil es iniciar un negocio similar.

En la tabla 3 se muestran las respuestas que proporcionaron ambas empresas a la pregunta 2.

Tabla 3. Trata de establecer el origen del capital inicial

2) ¿De dónde provino el capital inicial para el emprendimiento?		
Tipo de empresa que respondió	Éxito	Fracaso
Ahorros	1	
Préstamo		
Familia	1	1
Amigos		

Fuente: Elaboración propia

Los dueños de la empresa de plátano frito usaron una parte de sus ahorros de jubilación y no tiene familia dependiente; invirtieron 250 000 pesos para comprar materias primas (plátano, aceite y saborizantes), y fueron reinvertiendo parte de sus ganancias y otra parte de sus ahorros de jubilación. Actualmente, debido al grado de aceptación que tiene el producto,

se distribuye en gran parte del sur de Jalisco. Por el contrario, el dueño de la empresa de venta de carnes asadas empleó ahorros que tenían los miembros de la familia, adquirieron materias primas, la carne fue lo más caro, y de no venderse la cantidad comprada para ese día, por falta de refrigeración, la tenían que consumir los miembros de la misma familia.

En la tabla 4 se muestran las respuestas que dieron a la pregunta 3, que corresponde a la forma en que se decidieron a iniciar con el negocio.

Tabla 4. Trata de descubrir el tiempo que se invirtió en tomar la decisión de emprender

3) ¿Durante cuánto tiempo estuviste planeando el emprendimiento?		
Tipo de empresa que respondió	Éxito	Fracaso
1 vez		
Vi algo similar		
Mucho tiempo en familia	1	
Leí sobre negocios similares		
Consulté posibles clientes	1	1

Fuente: Elaboración propia

Los emprendedores de la empresa de plátano frito comentaron que entre ambos lo platicaron mucho tiempo con sus hijos que residen en los EE. UU., además de con algunos excompañeros de trabajo, y tanto unos como otros les dijeron que podrían tener necesidades en el futuro si se les terminaba el capital del que disponían. Sin embargo, también consultaron con otro excompañero, quien era el candidato a ser el distribuidor del producto fuera de la población, de comercializarlo en su propia tienda de abarrotes y hacer promociones al mayoreo. Por su parte, el encargado de la venta de carnes asadas indicó que su investigación la realizó mientras comía en los puestos, entablaba pláticas con los consumidores para establecer gustos y preferencias alimenticias.

En la tabla 5 se muestran los resultados que plasmaron en la pregunta 4, las cuales indican que depende de cada persona lo que pueda hacer para iniciar un negocio.

Tabla 5. Trata de descubrir que se tomó como referencia para iniciar el negocio

4) ¿Hiciste algún tipo de encuesta entre posibles clientes?		
Tipo de empresa que respondió	Éxito	Fracaso
No		1
Ignoro en qué consiste		
No sé hacerlas		
Sólo preguntas a conocidos	1	
Pregunta a familiares		

Fuente: Elaboración propia

Los vendedores de plátano frito indicaron que se basaron en las respuestas que les dieron sus conocidos: hicieron muestras para atraer clientes y para el futuro distribuidor foráneo. Por otro lado, la vendedores de carnes asadas comentaron que desgraciadamente creyeron que saber preparar la comida para su venta (tener buen sazón) era motivo suficiente para establecer el negocio (emprendimiento) seguro, por lo que *no* se acudió a nadie para poder proyectarlo de forma exitosa

Por último, en la tabla 6 se muestran las respuestas a la pregunta 5, en donde proporcionan los datos relacionados con los factores que consideraron para iniciar el negocio.

Tabla 6. Trata de descubrir en qué se basaron para iniciar el negocio

5) ¿Qué factores tomaste en consideración para emprender el negocio?		
Tipo de empresa que respondió	Éxito	Fracaso
Familia		
Dinero disponible	1	1
Simplicidad	1	
Estudio de mercado	1	
Cercanía de otros negocios		
Posibles competidores		

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las respuestas proporcionadas, los emprendedores de plátano frito dispusieron de una parte de su dinero de jubilación; también iniciaron esta aventura tras haber entendido que no era complicado el proceso, gracias a que siempre consultó con sus clientes

potenciales más cercanos, además de que, gracias a este emprendimiento, continúan activos física y mentalmente 10 años después de haberse retirado de su vida profesional. Mientras que el dueño de la empresa de venta de carnes asadas lo hizo al verse con buena cantidad de dinero ahorrado por un par de años; cuando tuvo una cantidad respetable, optó por emprender.

El otro caso de éxito, que es la exportación de coco, no proporcionó información, por considerar que, debido a que son varios socios de la empresa, pudieran tener problemas si la entregaban. Asimismo, no se pudo localizar a los dueños de varias plantaciones de plátano con lo que se tiene una relación de amistad. Desgraciadamente, en muchos casos de emprendimiento, el emprendedor no cuenta con los conocimientos mínimos necesarios que le permitan contar con una empresa capaz de permanecer durante un periodo de prueba mínimo de dos años; hacerla crecer y convertirla en una fuente de trabajo para otras personas empleadas por la organización.

Plan estratégico del emprendimiento de la escuela de refuerzo del idioma español de nivel primaria

En esta parte de la investigación se retoma a Bernal (2018), quien dice que es muy importante reconocer la relevancia que tiene la planeación estratégica en el emprendimiento, que sistemáticamente se deben implementar planes para hacerlo, fijar los objetivos y resultados que se quieren obtener, tanto de la investigación como del emprendimiento. Las planeaciones contemplan cuáles son los caminos óptimos para alcanzar las metas propuestas para la organización y la vida personal propia.

Así pues, se definieron los pasos necesarios para la escuela de refuerzo de las matemáticas y del idioma español, los que coinciden con los descritos por Berlitz (2020):

- 1) Definir objetivos y cómo alcanzarlos.
- 2) Aprovechar las ventajas para destacar sobre la competencia.
- 3) Diseñar la metodología apropiada en donde confluyan recursos disponibles, entorno y dinámicas a las que se enfrenta.
- 4) Obtener un método dinámico, flexible y adaptable a los imprevistos, capaz de resolver los problemas que surjan en cualquier etapa del proceso.
- 5) Desarrollar y proponer un plan medible y corregible en términos de efectividad.

Liderazgo

Es una cualidad que influye de manera definitoria en la forma en que trabaja el grupo, la forma en que se conjuntan y participan los integrantes de la empresa, pero, sobre todo, es de vital para motivar al grupo y conseguir las metas trazadas. Muchos de los resultados están basados en las características del líder y su interacción con el entorno. Las decisiones pueden hacer crecer a la empresa o conducirla al fracaso.

Las cualidades que propone Fuentes (2017) para el buen líder son la referencia base para esta investigación, ya que dan la pauta para adaptarse dinámicamente a los cambios que permiten el éxito y la expansión, a saber: decisiones acertadas bajo presión, delegar funciones, buen uso a la autoridad, con autonomía y respeto, tener serenidad, ser persistente, realista, reaccionar rápido para identificar las razones de la crisis, apasionado por su trabajo, capacidad de escucha, explorar distintos caminos de salida y tomar riesgos controlados.

Visión a largo plazo

Al existir una estrecha relación entre liderazgo, tipos de líderes y características que los distinguen, el tipo *estratégico* es el que puede brindar los mejores resultados para la presente investigación (Piqueras, 2015). De la efectividad del liderazgo dependerá que esta empresa subsista y crezca.

También, la misma investigación ha conducido a establecer que el liderazgo estratégico permite incentivar a los integrantes del grupo (clientes y colegas) para que cooperen en la obtención de los resultados. Y que cada uno sepa su rol es sumamente importante en el desarrollo y crecimiento de la empresa. Se debe aplicar al incorporar nuevos docentes, quienes deberán contar con la capacidad de brindar servicios de calidad educativa, sin olvidar al cliente, al que se le hará saber que el resultado de enviar a sus hijos son los conocimientos, su uso e identificación en donde aplicarlos.

La visión profesional empleada en la investigación de este proyecto coincide por lo manifestado por Cortés (2021), ya que se basa en los conocimientos adquiridos en la formación profesional, estudios posteriores y aspiraciones personales, con lo que se podrá ser el mejor ejemplo para la familia, apoyar a niños y familias con problemas de aprendizaje durante la pandemia.

Objetivos a largo plazo del producto de la investigación

En el aspecto dimensional de la investigación, se toman en consideración los criterios que influyen en el liderazgo personal, mediante el cual se busca mejorar día a día como profesional independiente, por lo que se requiere de las siguientes habilidades:

- Cognitiva: para adquirir los conocimientos de distintos medios y orígenes, con el fin de ejercer un liderazgo estratégico y apoyar a los que no los tienen.
- Comunicativa o lingüística: se relaciona con la forma de expresar las ideas para conseguir los objetivos planteados en la investigación (desarrollo profesional y personal).
- Emocional o afectivo: ser empático para transmitir lo planeado en los objetivos.
- Espiritual o trascendente: relacionar las creencias para ser mejor persona cada día.
- Estética: el mensaje se transmite mejor con el ejemplo.
- Ético-moral: anteponer los valores en casa, familia y escuela, y obrar siempre evitando el daño doloso.
- Física: para ayudar a los demás se tiene que estar siempre saludable.
- Social o sociopolítica: actuar lealmente, ya que de ello dependerá la respuesta de apoyo cuando se requiera, y apoyar desinteresadamente a quien lo necesite.

Secuencia en que se pueden obtener mejores resultados estratégicos en esta investigación

A continuación, se muestran, en orden de importancia, los elementos del aspecto dimensional que se usaron en la presente investigación. Se tomó la decisión de iniciar con el aspecto ético-moral (formado por los valores inculcados en la familia y definitorios del comportamiento como persona); continúa con el aspecto espiritual o trascendente (son las creencias transmitidas a los hijos).

Le sigue el aspecto emocional o afectivo (que es la forma de tratar a los demás). Luego viene el aspecto cognitivo (son los conocimientos de lo que se comunica), seguido por el aspecto comunicativo o lingüístico (es la efectividad para transmitir conocimientos, emociones y afecto).

Bajo esa secuencia se estableció que, a largo plazo, se pretende ser un profesionalista independiente capaz de emprender proyectos de beneficio social que sean la base para ayudar a otras personas menos afortunadas, quienes, por distintos motivos, no han adquirido conocimientos, actitudes y aptitudes que les demandan las empresas para su contratación.

No se debe pasar por alto los aspectos social, estético y físico, ya que influyen en el mensaje y en la forma de transmitirlo y llegar adecuadamente a la sociedad.

Todo lo anterior forma parte de las herramientas que permitirán el cambio continuo, es decir, que cualquier cambio situacional requiere de una actitud de adaptabilidad con la que se pueda eludir cualquier lastre que interfiera con el crecimiento continuo. Por lo mismo se debe estar siempre vigente.

Implementación de la estrategia que puede brindar los mejores resultados para la investigación

Para establecer un proyecto como emprendedor independiente, de acuerdo con Cortés (5 de marzo de 2021), se requiere estar consciente de que todo lo que es nuevo y reconocer las formas en que se tiene que hacer un análisis cuantitativo y cualitativo para ver cuál es la más rentable.

La estrategia seleccionada para la presente investigación inició al hacer el *autoanálisis emocional*, para conocer mis sentimientos y emociones, cómo influyen en mí como persona y líder.

Por último, en la investigación se aplica la *automotivación*, que permite focalizar las emociones en los objetivos y metas, y con ello se mantiene la motivación, estableciendo la atención en metas y no en obstáculos.

Con eso se está enfocado en obtener el sustento para *reconocer las emociones en los demás* de la forma correcta, interpretando más apropiadamente las señales que se emiten inconscientemente, para evitar problemas por malentendidos. Por último, en la investigación se refleja que se debe establecer una buena *relación interpersonal*, que será la fuente del buen desempeño laboral.

Mercadotecnia personal en que se fundamenta la presente investigación

El estudio de *marketing* realizado como parte de esta investigación fue sustentado en las teorías de Sánchez (2017); fueron la guía utilizada para cumplir satisfactoriamente con los objetivos y para alcanzar una empresa exitosa.

La buena comunicación es cimiento para obtener mejores resultados y asegurar que la investigación sobre la escuela de refuerzo las matemáticas y del idioma español tenga muy buena aceptación entre los clientes estudiantes del nivel primaria y padres de familia, quienes serán los encargados de dar a conocer los resultados que se obtengan entre las personas a donde inicialmente no lleguemos.

Descripción de mi marca y funciones principales

Se considera a la fortaleza, la fuerza, la formalidad y la fundamentación como los principios de la investigación y que se han de transmitir a todo aquel que se integre en el programa de refuerzo. *Muy formal* para coincidir con los objetivos de la investigación; la *fuerza* para superar los problemas que se presenten en la vida, y la *fortaleza* para superar todas las condiciones adversas que se presenten.

Funciones principales de la marca personal

El emprendimiento debe ofrecer un servicio de calidad, capaz de actualizar los conocimientos de cualquier estudiante de nivel básico enrolado en el programa de refuerzo, ampliar sus oportunidades de empleo y estudios subsecuentes de manera fácil y sencilla. Aunado a ello, se consideraron los siguientes puntos:

- Brindar un servicio de calidad como parte de la marca, para formar al estudiante, concientizarle de la importancia de la educación y su preparación para mejorar su vida.
- Auxiliar al estudiante para resolver fácilmente las tareas asignadas en sus escuelas formales, y puedan recobrar y ampliar la confianza en sí mismos.
- Propiciar que el estudiante adquiriera el hábito y disciplina para resolver tareas y realizar cualquier investigación que se les asignen en su escuela formal.
- Impulsar a los estudiantes del programa a que cambien su visión de vida y aspiren a niveles educativos superiores.
- Apoyar a los estudiantes en la definición de sus objetivos de vida.

Objetivos organizacionales corto plazo

Para la apertura será necesario contar con al menos dos docentes, uno del área de matemáticas y otro del idioma español, ahorros y participación de familiares. La misma investigación ha conducido a cotizar el mobiliario requerido de forma inicial, que consta de una docena de sillas, un par de mesas abatibles, dos pintarrones, un pizarrón de mensajes y marcadores de para pintarrón, además de que se cuenta con el local donde se hacen las reuniones familiares en eventos de fines de semana. Y hacer difusión de la escuela de refuerzo de las matemáticas y del idioma español entre familiares, amigos y vecinos para que consideren la opción de llevar a sus hijos a tomar cursos remediales.

Inicialmente, se pretende contar con al menos 12 alumnos, atendidos por un par de docentes que explicarán los temas de sus clases y los auxiliarán en la solución de sus tareas de la escuela formal. Se escalará el posicionamiento entre clientes potenciales, ya que un objetivo principal es que la gente se identifique con los conocimientos con los que se asesorará al niño de nivel básico.

Objetivos organizacionales a mediano plazo

Se hará crecer la marca incorporando maestros y maestras para ampliar la cobertura del número de estudiantes; cubrir el horario de las 16:00 a las 19:00 en el que se brindará el servicio de asesoría; dividir el salón de eventos en secciones con mamparas que ya se tienen y en cada una colocar dos mesas acompañadas de sus sillas y un pintarrón.

De igual manera, la investigación plantea que cada nuevo docente debe definir si va a participar como socio o empleado, de ello dependerán las aportaciones (materiales del tipo requerido conforme al crecimiento), responsabilidades para cumplir, actividades para difundir logros que se tengan y sobre todo, ideas que permitan acelerar el crecimiento de la escuela.

Objetivos organizacionales a largo plazo

Por otro lado, la misma investigación permite establecer que para continuar creciendo se requiere incorporar un docente del área de educación física, fundamentado en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado [ISSSTE] (2017) e Instituto Mexicano del Seguro Social [IMSS] (2014), puesto que uno de los problemas más graves de salud pública mundial en el presente siglo es la obesidad infantil, la cual durante la pandemia

aumentó de forma alarmante, lo que representa otra oportunidad para aprovechar y complementar la disciplina física en los niños, basados en la frase de “Mente sana en cuerpo sano”. Por ello, es que la investigación establece una planificación entre las actividades de asesoría académica (matemáticas y español) combinadas con la reactivación física.

Establecimiento del mercado meta de mi emprendimiento

Como parte de la investigación, para el mercado meta de la escuela de refuerzo, se tomó en consideración las teorías del marketing como es lo descrito por Corrales (2018), por lo que se parte de identificar el segmento a donde se dirigen los servicios ofrecidos y los mensajes que se empleen para promocionar el servicio y divulgación de la marca.

Este emprendimiento, de acuerdo con los alcances iniciales de la investigación, basa sus estrategias en el marketing tradicional, ya en el municipio de Cihuatlán, Jal. es un servicio nuevo, en donde no hay competencia alguna. Asimismo, de acuerdo con Argudo (18 de septiembre de 2017), el segmento de mercado son padres de familia con hijos que cursan estudios de nivel básico.

Las cuatro pes del *marketing mix* en mi emprendimiento

El *marketing mix* propone reglas para el mercadeo de productos y servicios con el fin de que las actividades sean complementadas con un plan de negocios que le dé la relevancia adecuada a la manera de ofrecer el producto y presentarlo al público para su adquisición. Por lo que en esta investigación se emplea a Merodio (2019) de las cuatro pes.

En primer lugar, el *precio* que debe tener el servicio educativo de refuerzo de las matemáticas y el idioma español. Habría que tomar en consideración que no hay quien ofrezca el mismo servicio y el costo de insumos y salarios. Al final, se trata de encontrar algo que no sea tan alto que impida integrarse al programa, pero tampoco tan bajo que arroje pérdidas y fracaso.

Enseguida, el *producto* es el servicio de refuerzo de las matemáticas y del idioma español para niños de nivel básico. Es intangible y solo podrá apreciarse al evaluar al estudiante. Además, va orientado a que el estudiante de nivel básico entienda las matemáticas del nivel y maneje el idioma español en sus modalidades de escritura y lectura de comprensión para hacer investigaciones y reportes basados en la solución de problemas de su nivel y el correcto uso del idioma español.

La *distribución* se restringe a la instalación física, acondicionada con mesas, sillas, pintarrón, marcadores, tablero de avisos, iluminación e instalaciones sanitarias.

La *promoción* debe hacerse dando a conocer el servicio a familiares, amigos y vecinos con hijos que asistan a la educación primaria. Contar con un grupo de 12 a 18 estudiantes, tal como lo establece García-Bullé (2019) para trabajar; al sobrepasar la demanda, contratar docentes y acondicionar espacios para más estudiantes.

Al término de cada ciclo escolar, se deben publicar los resultados de los estudiantes en sus escuelas formales, como forma de promocionar la escuela.

Pasos para desarrollar mi marca personal

La expectativa es convertirse en una marca que inspire confianza entre los estudiantes que acudan a recibir el servicio de refuerzo educativo y que sus padres sientan que están invirtiendo en el futuro sus hijos.

El mensaje a transmitir es que si se tienen problemas con el aprendizaje siempre habrá alguien que brinde apoyo para ponerse al día. Los medios de comunicación a usar van desde la transmisión boca a boca de los beneficios que podrán obtener hasta el uso de redes sociales.

El periodo en que habrá de funcionar esta escuela de refuerzo coincide con los que utilizan las autoridades escolares, por lo que se podrán impartir cursos de verano a través de promociones entre los estudiantes para que sean acompañados por uno de sus hermanos menores, quien quedará exento de aportación económica por parte de sus padres.

Resultados

La presente investigación propició la inclusión de técnicas de *marketing*, pasando por la planeación estratégica, aplicación del análisis Foda, desarrollo de encuesta, que fue aplicada y permitió conocer que es de suma importancia el conocimiento más amplio de la planeación estratégica y sus técnicas, se incluyó el desarrollo de la marca personal y sus características para poder ser identificada por el cliente potencial.

También se pudieron establecer, como parte de esta investigación, las estrategias para dar a conocer de forma inicial en que se debe hacer la instalación de la escuela de refuerzo, lo que permitió hacer uso del salón de eventos familiar para que sea la base de la instalación de la escuela de asesoría y de cómo podría ser segmentada para contar con varias secciones independientes que funcionarían como aulas móviles fáciles de montar y desmontar.

Como se ha previsto de manera inicial, la investigación contempla tener un crecimiento paulatino. Por ello es que se invitó a un docente para cubrir el área del idioma español y se decidió que participara como socio, por lo que se sometió a las mismas pruebas de liderazgo, Foda, diseño de producto y desarrollo de marca personal, ello se hizo con el fin de que en aquellos aspectos que flaquease se reforzaran a través de manuales y conversaciones.

También, se han entrevistado varios docentes que en el próximo ciclo escolar podrán atender otros dos grupos de estudiantes (español y matemáticas) y varios de educación física, ya que es urgente contar con actividades físicas. Además, se cuenta con las divisiones móviles que se acoplan para hacer salones con las condiciones de ser ocupados por un grupo, y el mobiliario ya se adquirió.

Discusión

El ser un profesionista independiente del área de la educación en un lugar que se caracteriza por ser principalmente turístico y tener muy pocas empresas se podría considerar como desalentador, pero depende de cada persona el desarrollar o no lo que se requiere para ayudar al resto de la población.

En el presente caso, el hecho de haber recibido conocimientos del área de *marketing* a través de un diplomado hace posible descubrir las oportunidades en aquellos lugares en donde pocos las ven, tal es el caso de la presente investigación, ya que fue la base para colocar las bases sólidas de un emprendimiento con causa social. Al estar retirados de la capital del estado, se podría establecer que los habitantes del municipio están condenadas a vivir siempre de las labores del turismo o del campo, lo que es totalmente opuesto a la realidad, ya que, dejándose ayudar para salir del profundo problema que ocasionó en sus conocimientos la pandemia, serán capaces de llegar a ser profesionistas que contribuyan al crecimiento del municipio, en primer lugar.

Conclusiones

Después de haber participado en un programa de gestión empresarial antes del inicio de la pandemia de covid-19, se estuvo en condiciones para llevar a cabo la presente investigación. Los conocimientos que se derivaron de la gestión empresarial fueron parte medular del producto final, ya que sin ellos no hubiese sido posible tan siquiera iniciar el emprendimiento y las posibilidades de ser exitoso serían nulas, por lo que sería una inversión de esfuerzo, tiempo y dinero que se habría perdido, tal y como ha sucedido con otras muchas empresas que se han iniciado en la población y que al poco tiempo desaparecen por falta de una planeación que les permita buscar y establecer los puntos medulares del negocio o emprendimiento que les den oportunidad de completar por lo menos un periodo de un años de estar abiertos.

Con la metodología que se empleó basada en el *marketing*, se pudo tener mayor confianza para determinar si se estaba o no en condiciones de iniciar con el proyecto. También se tuvo la oportunidad de que ese análisis se hiciera extensivo a las situaciones imperantes en la región, resultado de la pandemia que afectó severamente a muchos países.

El simple hecho de aprender la forma de comunicar las ideas sobre el emprendimiento a la familia fue otra experiencia más, ya que en otros tiempos no se hubiera contado con el apoyo familiar, por el contrario, tal vez hubiesen influido en que no se hiciese nada, pero la idea de apoyar a los demás hizo que mostraran interés y participaran con las ideas de cómo usar el salón de eventos para convertirlo en la sede del emprendimiento, un salón que ya no sería usado una o dos veces por mes para los respectivos festejos de familiares y amigos, sino toda la semana, y se emplearan las mamparas que se adquirieron hacía unos años y que solamente se utilizaron en dos ocasiones, por lo que pensaron que era la primera vez que realmente se estaría sacando provecho de esa compra.

También fue importante saber que como docentes todos aquellos que pasan por el aula se convierten en productos. De forma análoga, son los frutos que regala un árbol. Por lo que el emprendimiento está representado por un árbol del que brotan distintas frutas, ya que cada una representa a una persona que es distinta a las demás, pero son similares tan solo en el hecho de que tienen sabores.

Aunque fue difícil establecer cuáles serían las lagunas en conocimientos que tenía cada uno de los estudiantes, la decisión más apropiada resultó tratar los cursos (matemáticas y español) como si jamás los hubieran cursado, lo cual sería una oportunidad para que al término de cada curso el nivel fuese similar o muy parecido.

La pandemia dejó mucho sufrimiento y pérdidas, siendo las más lamentables de las humanas, pero no menos lamentables fueron las pérdidas económicas, pérdidas de empleos y cierres de empresas completas, así como las lagunas de conocimientos que pudo haber dejado el método de educación a distancia que se empleó durante la etapa más crítica de la pandemia. Sería muy poco empático el decir que se aprovechó la situación para iniciar con un negocio, por lo que se ha preferido establecer que se inicia el emprendimiento con el objetivo de brindar el apoyo que necesitan los niños que cursan la educación elemental (nivel primaria) para subsanar los problemas de aprendizaje que tuvieron durante este tiempo.

Por último, se tiene que mencionar que la presente investigación no hubiese sido posible si no se tuviese la asesoría de gente del área de *marketing*, ya que, gracias a ellos, fue posible concebir el proyecto y darle el cuerpo adecuado que se aprecia en este reporte.

Trabajo futuro

Una vez que se tiene la experiencia de haber constituido un emprendimiento que ayuda al estudiante de nivel primaria en el aprendizaje del idioma español y las matemáticas, el siguiente paso es extender el apoyo educativo en las áreas mencionadas, pero buscando incursionar en la generación de franquicias de escuela de refuerzo del idioma español y las matemáticas en los municipios más alejados de las zonas metropolitanas, ya que a esos lugares siempre se les ha descuidado. Por lo que se está haciendo un análisis detallado de los municipios del estado de Jalisco con índices de pobreza más altos y en donde hay docentes que se tiene la seguridad que podrán contar con un modelo de negocios que sea réplica y consecuente derivación de la presente investigación.

Referencias

- Argudo, C. (18 de septiembre de 2017). ¿Qué es un segmento de mercado? *Emprendepyme.net*. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-segmento-de-mercado.html>.
- Berlitz. (8 de julio de 2020). 7 modelos de planeación estratégica y sus beneficios. Berlitz. México. Recuperado de <https://www.berlitz.com/es-mx/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>.
- Bernal, O. (2018). Planeación estratégica y sostenibilidad corporativa. *Conocimiento Global*, 3(1). Recuperado de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/27/22>.
- Bojórquez, M. I. y Pérez, A. E. (2013). La planeación estratégica, un pilar en la gestión empresarial. *El Buzón de Pacioli*, 13(81), 4-19. Recuperado de [https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/910/3/Planeaci%
%b3n_estrat%
%c3%a9gica.pdf](https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/910/3/Planeaci%c3%b3n_estrat%c3%a9gica.pdf).
- Corrales, J. A. (12 de septiembre de 2019). Conoce el concepto de mercado meta y cómo definir el tuyo en un plan de negocios. *Rock Content*. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/mercado-meta/>.
- Cortés, N. (5 de marzo de 2021). Cómo crear una declaración de misión y visión personal. *GeoVictoria*. Recuperado de <https://www.geovictoria.com/pe/operaciones/mision-y-vision-personal/>.
- Cortés, T. (7 de abril de 2021). La necesaria estrategia de capital humano en el ecosistema emprendedor. *Egade Ideas. Thought Leadership*. Recuperado de <https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/la-necesaria-estrategia-de-capital-humano-en-el-ecosistema-emprendedor>.
- Estaún, M. (17 de marzo de 2020). Todo sobre marca personal: qué es, cómo mejorarla, consejos y ejemplos. *RRHH 4.0. IEBS*. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/marca-personal-que-es-consejos-ejemplos-rrhh-2-0/>.
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [Unicef]. (2020). Educación a distancia en tiempos del COVID-19. Juega y aprende con tus hijos e hijas en tiempos de COVID-19. Recuperado de <https://www.unicef.org/mexico/educación-en-tiempos-de-covid-19>.

- Fuentes, A. F. (16 de marzo de 2017). Cualidades de un líder en tiempos de crisis organizacional. QuestionPro. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/cualidades-de-un-lider/>.
- García-Bullé, S. (24 de junio de 2019). Población y efectividad en el aula, ¿cuántos alumnos son demasiados? Observatorio | Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Recuperado de <https://observatorio.tec.mx/edu-news/grupos-grandes-efectividad-ensenanza>.
- Instituto Mexicano del Seguro Social [IMSS]. (2014). Obesidad infantil: un problema de salud. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 52(1).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Inegi]. (2020). Información de México para niños. Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/jal/poblacion/>.
- Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado [Issste] (20 de abril de 2017). Sobrepeso y obesidad infantil. Recuperado de <https://www.gob.mx/issste/articulos/obesidad-infantil>.
- Kodak: 130 años de éxito que terminaron en fracaso. (17 de enero de 2018). *Ekos*. Recuperado de <https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/la-necesaria-estrategia-de-capital-humano-en-el-ecosistema-emprendedor>.
- Las dificultades tecnológicas en las clases a distancia y los maestros: así lo superó este docente. (23 de agosto de 2020). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/08/23/las-dificultades-tecnologicas-en-las-clases-a-distancia-y-los-maestros-asi-lo-supero-este-docente/>.
- Merodio, J. (octubre 30, 2019). De las 4P a las 4C del marketing mix tradicional. IMPULSA. <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/de-las-4p-a-las-4c-del-marketing-mix-tradicional/>
- Morera, B. (24 de enero de 2019). Descubre qué es un nicho de mercado y cómo definir el tuyo. Rock Content. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/nicho-de-mercados/>.
- Municipios de México. (2020). Escuelas del municipio de Cihuatlán. Municipios de México. Recuperado de <https://www.los-municipios.mx/escuela-escuela-secundaria-tecnica-20-cihuatlan.html>.
- Pamplona, F. (2020). La pandemia de COVID-19 y la otra pandemia. *Espiral*, 27(78-79). Recuperado de <https://doi.org/10.32870/ees.v28i78-79.7208>.

- Pérez, A. (10 de enero de 2019). Qué es emprendimiento: definición y perspectivas. OBS Business School. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>.
- Piqueras, C. (21 de mayo de 2015). ¿Visión a corto plazo, medio y largo plazo? Recuperado de <https://www.cesarpiqueras.com/vision-a-corto-plazo-medio-o-largo/>.
- Quintero, L. (28 de abril de 2021). 65% de los mexicanos tuvo afectaciones laborales y económicas por la crisis del COVID: OCDE. *El Heraldo de México*. Recuperado de <https://heraldodemexico.com.mx/economia/2021/4/28/65-de-los-mexicanos-tuvo-afectaciones-laborales-economicas-por-la-tesis-de-covid-ocde-290061.html>.
- Reza, G. (15 de marzo de 2020). Alfaro anuncia suspensión de clases a partir del martes por el Covid-19. *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/nacional/estados/2020/3/15/alfaro-anuncia-suspension-de-clases-partir-del-martes-por-el-covid-19-239899.html>.
- Rubal, M. (7 de noviembre de 2019). Google, una historia de éxito. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180920/451931192581/google-stanford-buscador-page-brine-20-anos-historia.html>.
- Sánchez, J. (agosto 2017). Posicionamiento. Economipedia –Haciendo fácil la economía. <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>
- Serrano, H. (23 de marzo de 2020). El impacto social del coronavirus. *El Universal*. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/hector-serrano/el-impacto-social-del-coronavirus>.
- Servín, A. y Ortega, P. (30 de junio de 2020). Los retos que enfrenta la educación ante la pandemia. *El Economista*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/gestion/Los-retos-que-enfrenta-la-educacion-ante-la-pandemia-20200630-0039.html>.
- Teresa. (s. f.). La increíble historia de Apple. A su servicio.net. Recuperado de <http://www.asuservicio.net/p/la-increible-historia-de-apple/>.

Rol de Contribución	Autor (es)
Conceptualización	Guillermo José Navarro del Toro
Metodología	Guillermo José Navarro del Toro
Software	Guillermo José Navarro del Toro
Validación	Guillermo José Navarro del Toro
Análisis Formal	Luis Enrique Romo González
Investigación	NO APLICA
Recursos	Luis Enrique Romo González
Curación de datos	Luis Enrique Romo González
Escritura - Preparación del borrador original	Luis Enrique Romo González
Escritura - Revisión y edición	Luis Enrique Romo González
Visualización	Luis Enrique Romo González
Supervisión	Guillermo José Navarro del Toro
Administración de Proyectos	Guillermo José Navarro del Toro
Adquisición de fondos	Luis Enrique Romo González