



LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO, EN UN LABORATORIO DE LA FACULTAD DE BELLAS ARTES (FBA)

Gestión del conocimiento tecnológico

The Management of Technological Knowledge, in a Laboratory of the Faculty of Fine Arts (FBA)

SANDRA HERNÁNDEZ LÓPEZ, EDUARDO NÚÑEZ ROJAS, ELVIRA SILVIA PANTOJA RUIZ

Universidad Autónoma de Querétaro, México

KEY WORDS

*Knowledge Management
Technological
Laboratory
FBA*

ABSTRACT

The new companies fail in Mexico, by the poor planning, little knowledge of laws, poor management of resources, among others. Does the management of art as a result of the laboratory of management and entrepreneurship in the FBA through an incubator program of high impact will be achieved an ecosystem of the entrepreneur in the artist? Methodology is qualitative, phenomenological and ethnographic. Results are achieved the ecosystem entrepreneurship within the FBA. Conclusion the program established incubation is establishes the link with the society.

PALABRAS CLAVE

*Gestión del conocimiento
Tecnológico
Laboratorio
FBA*

RESUMEN

Las empresas nuevas fracasan en México, por la deficiente planeación, poco conocimiento de las leyes, el deficiente manejo de los recursos, entre otros. ¿La Gestión del arte como resultado del laboratorio de gestión y emprendimiento en la FBA por medio de un programa incubadora de alto impacto se logrará un ecosistema emprendedor en el artista? Metodología es cualitativa, fenomenológica y etnográfica. Resultados se logró el ecosistema emprendedor dentro de la FBA. Conclusión el programa establecido incubación se establece la vinculación con la sociedad.

Recibido: 10/02/2019

Aceptado: 26/06/2019

1. Introducción

En México las tres cuartas partes de las empresas nuevas fracasan según la Secretaría de Economía, los conocimientos principales motivos son la deficiente planeación, pocas leyes, el deficiente manejo de los recursos, entre otros.

Se plantea en la Facultad, la generación de programas de capacitación para incentivar el ecosistema emprendedor artístico, por medio de la implementación de los programas de incubación de alto impacto en el laboratorio de gestión y emprendimiento en el arte.

¿La Gestión del arte como resultado del laboratorio de gestión y emprendimiento en la FBA por medio de un programa incubadora de alto impacto se logrará un ecosistema emprendedor en el artista?

Objetivo general desarrollar el programa de incubación de alto impacto, en el arte generado por las muestras empresariales de la Facultad de Bellas Artes desarrolladas en el laboratorio de gestión y emprendimiento para crear un ecosistema emprendedor en el arte por la gestión.

Hipótesis la gestión del arte como resultado del laboratorio de gestión y emprendimiento en la FBA entonces se logra un programa de incubación de alto impacto creando un ecosistema emprendedor en el arte.

La metodología es cualitativa, tipo de investigación la observación y el análisis en laboratorio de gestión y emprendimiento dando como resultados un programa de incubación del alto impacto en la Facultad por medio de las muestras empresariales, fenomenológica e etnográfica herramienta la fotografía e instrumentación exposición de proyectos en las muestras empresariales en el arte.

2. Marco teórico

Es importante destacar el marco conceptual que se manejó en esta investigación, dando las bases que nos permita tener una visión clara de estos conceptos amplios en todas las áreas.

De modo que la gestión, organizacionalmente hablando, se refiere al desarrollo de las funciones básicas de la administración: Planear, organizar, dirigir y controlar. (Garzon Rodriguez, 2011, p. 31)

Arte es todo producto del mercado artístico es arte en cuanto que genera una plusvalía, pero no todo es arte que anhela el arte, porque éste no depende de las leyes de mercado sino de las características de la obra. (Morales Quesada, 2011, p. 142)

Emprendimiento es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más. (Jaramillo, 2008, p. 32)

Gestión del conocimiento para Nonaka y Takeuchi (1995), el conocimiento tácito y el explícito son complementarios. Su modelo de creación de conocimiento se fundamenta en el supuesto de que hay una interacción social y un intercambio entre el conocimiento tácito y explícito durante las actividades creativas de las personas. (Frías Navarro & Rodríguez, 2013, p. 246)

Tecnología para compartir conocimiento se requiere confianza, la tecnología permite nuevas conductas del conocimiento. (Farfán Buitra & Garzón Castrillón, 2006, p. 42)

La tecnología desde la perspectiva de la división del trabajo y con el entorno al cuál ha de adaptarse para ser competitiva. (Farfán Buitra & Garzón Castrillón, 2006, p. 76)

Laboratorio académico se refiere a su personal involucrado en actividades de investigación cuenta, en su mayoría con formación laboral y ocupan funciones como investigadores o profesores-investigadores, y por estudiantes de doctorado, que conforman un número significativo del personal total de cada laboratorio. (Arias Astrid & Blanco Valbuena, 2007, 179)

Figura 1. Marco conceptual.



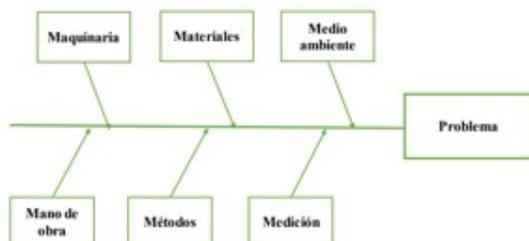
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Los conceptos se relacionan entre sí la gestión como medio de enlace en el arte por la Facultad de Bellas Artes un lugar donde la creatividad es importante mezclado con la tecnología generando conocimiento por medio de emprender acciones para el beneficio de la sociedad.

2.1. Marco referencial

Kaoru Ishikawa con su propuesta del diagrama de pescado donde se busca solucionar un problema es decir causa y efecto encontrando la mejor alternativa, es un instrumento importante para gestión del conocimiento donde se documenta cada una de las posibles soluciones.

Figura 2. Diagrama de causa - efecto.



Fuente: (Novillo Maldonado, González Ramón, Quinche Labanda, & Salcedo Muñoz, 2017).

Los creadores del análisis del modelo gestión del conocimiento de Nonaka & Takeuchi, 1999 analizando el espiral del conocimiento tácito y explícito conteniendo epistemológico y ontológico. Este conocimiento se realizó en el Laboratorio se documenta y se realiza el conocimiento tácito y explícito utilizando la tecnología, entre los participantes se busca la mejor alternativa para resolver un problema. Imagen 1.

Imagen 1. Combinación del conocimiento.



Fuente: (Rojas Dávila & Torres Briones, 2017)

El ecosistema emprendedor en esta investigación intervino diferentes actores los cuales son la comunidad y el laboratorio representado por la Universidad, cada uno con roles definidos en uno de ellos darnos la

oportunidad de conocer a los integrantes del grupo de aguacateros es decir a la comunidad y ver desde su perspectiva la necesidad de contar con una marca propia. La Universidad en proporcionar los medios tecnológicos para la realización de las diferentes propuestas, logrando desempeñara el emprendimiento en la región para la venta de su aguacate distinguido por su marca, definiendo:

Ecosistema emprendedor como la complejidad y diversidad de actores, roles y factores ambientales que interactúan para determinar el desempeño empresarial de una región o localidad. (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016, p.19)

La gestión de emprendimiento se realizó por el líder de la comunidad Ingeniero Alfredo Aguilar Velázquez quien cantata a la Universidad a través del Laboratorio.

La gestión de emprendimiento, se lleva a la acción por medio de una persona (emprendedor), quien inicia una empresa, aunque, también puede asociarse con cualquier persona que tome la decisión de llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos, puede decirse que la diferencia entre el emprendedor y un individuo común es la actitud. (Suárez Galvis, 2017, p186)

La comunidad fue emprendedora debido a su idea de contar con una marca propia con identidad, donde se distingue de otras, ofreciendo un aguacate de calidad de exportación. El ser emprendedor:

Según Joseph Schumpeter (1928) es la persona con la idea de negocio, el innovador, el que pone las ideas en un plano real. (Osorio Tinoco, Murillo Vargas, & Gálvez Albarracín, 2010, p71)

Los jóvenes estudiantes realizaron su labor emprendedora al estar en esta investigación de campo, es decir se acercaron a la sociedad para resolver un problema saliendo de las aulas de la Universidad, tomaron el riesgo para innovar y formaron entre su aprendizaje la auto confianza, rompiendo con los esquemas del joven estudiante de aula, como lo comenta:

En la actualidad, los valores comportamentales en la variable estudiantil emprendedora son inconclusos, no obstante, se utiliza generalmente los mismos que se dan en el ámbito general de empresarios: necesidad de logro, locus de control, disponibilidad a tomar riesgos, tolerancia a la ambigüedad, innovación y autoconfianza. (Sánchez, Ward, Hernández, & Lizette Flores, 2017, p 410)

La incubadora fue creada para el crecimiento de los jóvenes estudiantes y su aplicación de

conocimientos, en el área de Licenciatura de Visuales desarrollaron programas académicos ligados con conocimientos teóricos y prácticos, para resolver problemas de la sociedad, industria o empresa, pública o privada.

Las incubadoras pueden describirse como entidades impulsoras de conocimiento e investigación, ciencia y tecnología, fuentes generadoras de redes interinstitucionales, de estrategias de sostenimiento en el tiempo, de especialización en sectores determinados. (Peña Vines, Bravo, Álvarez & Pineda, 2011, p14)

3. Metodología

Metodología es cualitativa, fenomenológica y etnográfica, estudio de caso aplicado en el laboratorio de Facultad de Bellas Artes donde los proyectos de vinculación con el sector productivo en este caso fueron en el Municipio de Pinal de Amoles del estado de Querétaro, en la comida de Plátanos, Potrerillos, Bucareli, con los productores de aguacate.

Se utilizó los siguientes métodos el fenomenológico y etnográfico, se describió las necesidades de la comunidad para su producto de aguacate se realizó una visita a las comunidades los días 21,22, y 23 de septiembre de 2018, donde se convivió con la comunidad para determinar claramente ¿cuál es su necesidad de tener una marca para la producción de aguacate? Logrando la diferencia de los demás productores.

La Fenomenología descriptiva da cuenta de las experiencias humanas sobre fenómenos vividos, descritos en primera persona y presentados en estructuras de significados. (Laza Vasquez, Pulido Acuña, & Castiblanco Montañez, 2012)

la etnografía como una metodología fundamental de la investigación socio antropológica, a través del uso de la observación participante como técnica, en la cual el investigador se integra en los procesos sociales que estudia para obtener una información primaria, con interlocutores válidos y con el objetivo de comprender sus estructuras de significación. (Meneses Cabrera & Cardozo Cardona, 2014)

3.1. Población

Un pequeño y pintoresco pueblo que sirve de base para recorrer la Sierra Gorda; rodeado de cerros boscosos; de clima frío durante casi todo el año y donde la neblina forma un bello escenario cuando toca las techumbres rojas de las casas, espectáculo que ocurre de manera más frecuente en el invierno, a lo que se le conoce como mar de niebla. (Ayuntamiento de Pinal de Amoles, 2019) Imagen 2.

Imagen 2. Pinal de Amoles



Fuente: (Ayuntamiento de Pinal de Amoles, 2019)

3.2. Muestra

Localidad de Potrerillos está situado en el Municipio de Pinal de Amoles (en el Estado de Querétaro Arteaga). Hay 185 habitantes. Potrerillos está a 1750 metros de altitud. En la localidad hay 91 hombres y 94 mujeres. (Pueblos America , 2018) Imagen 3.

Imagen 3. Comunidad de potrerillos.



Fuente: (Pueblos America , 2018)

La localidad de El Plátano está situado en el Municipio de Pinal de Amoles (en el Estado de Querétaro Arteaga). Hay 68 habitantes. El Plátano está a 1215 metros de altitud. En la localidad hay 28 hombres y 40 mujeres. (Pueblos America , 2019) Imagen 4.

Imagen 4. Comunidad el Plátano.



Fuente: (Pueblos America , 2019)

Bucareli está situado en el Municipio de Pinal de Amoles (en el Estado de Querétaro Arteaga). Hay 219 habitantes. Bucareli está a 1078 metros de altitud. En la localidad hay 121 hombres y 98 mujeres. (Pueblos America , 2019) Imagen 5.

Imagen 5. Comunidad de Bucarelí.



Fuente: (Pueblos America , 2019)

3.3. El laboratorio de gestión y emprendimiento por medio del programa de incubadora de alto impacto en la FBA

El laboratorio se creó por la necesidad de vincular a los jóvenes estudiantes con el sector de la sociedad, industria o empresa, privada o pública donde ellos puedan encontrar la autoconfianza para realizar trabajos que impacten en resolver un problema.

Imagen 6. Integrantes del laboratorio.



Fuente: Elaboración propia.

Misión crear un ecosistema emprendedor, apoyándolos en la generación de proyectos que beneficien de forma responsables a la sociedad, el medio ambiente, la sustentabilidad, humanidad, arte y cultura, por medio de la innovación y la tecnología, desarrollo de habilidades y aptitudes de servicio.

Visión convertir la Laboratorio autosustentable estableciendo alianzas con INADEM registrando los programas de incubación básica, alto impactó y aceleradora, ANUIES, FESE y SEJUVE, así como otras instituciones nacionales e internacionales que apoyen al crecimiento de los proyectos de innovación y tecnología emprendedora.

Valores empatía, credibilidad, trabajo en equipo, don de servicio y ética en cada proyecto emprendido en la coordinación.

Objetivo es asesoramiento y aceleración de los procesos de los emprendedores en la creación, seguimiento de su idea hasta convertirlos en el negocio en marcha, por medio de foros, seminarios y muestras empresariales en la universidad y otras instituciones, para prepararlos a un mundo real empresarial.

4. Resultados

El laboratorio de gestión y emprendimiento por medio del programa de incubadora de alto impacto en la FBA realizó una visita de primer contacto con las comunidades antes mencionados donde se convivió con los integrantes de productores de aguacate hass, el contacto fue el Ingeniería Alfredo Aguilar Velázquez líder de la comunidad.

En ella se visitaron los cultivos de aguacate con plantas de iniciación y otras que contaban con 2 a 3 años de edad, se entrevistó con cada uno de los dueños de las hectáreas cultivadas, tomando datos importantes para el diseño de la marca buscando la identidad de la misma, logrando un ecosistema emprendedor en los jóvenes estudiantes que participaron como parte del laboratorio buscando identificar las necesidades de la comunidad y plasmar estas ideas en una marca consentido propio.

Se realizó una visita a los campos de producción de aguacate y convivir con las personas de la comunidad:

Imagen 7. Llegada a las comunidades.



Fuente: Elaboración propia.

Llegada a la comunidad de Plátanos se observan hermoso paisajes y estrechos senderos, vegetación abundante, las plantas de aguacate en las laderas de los cerros, algunas de estas plantas son jóvenes cargadas con varios kilogramos de aguacate.

Las comunidades de Potrerrillos, Plátanos y Bucarelí nos reunimos en un punto de encuentro el centro comunitario, donde se reunieron varios productores y organizarnos para visitar los campos de producción.

Imagen 8. Recorrido en las comunidades.



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 9. Recorrido comunidad.



Fuente: Elaboración propia.

Se realizó la gestión del conocimiento tecnológico en un laboratorio de la Facultad de Bellas Artes, por medio de entrevistas:

Video 1. Entrevista con Don Fausto Martínez Chavarría.



DSC_0535

Fuente: Elaboración propia. (Martínez Chavarría, 2018)

Video1. Expresa Don Fausto Martínez Chavarría es de comunidad de Potrerillos menciona que el icono que representa la marca es el cerro denominado la Torre, con varias hectáreas de aguacate.

Video 2. Entrevista con Don Daniel Barrera Martínez.



DSC_0536

Fuente: Elaboración propia. (Barrera Martínez, 2018)

Video 2. Expresa Don Daniel Barrera Martínez es de comunidad de Potrerillos comenta que el icono que representaría la marca sería el mirador, con 1hectárea de aguacate.

Video 3. Entrevista con Don Juan Manuel Yáñez Guerrero.



DSC_0537

Fuente: Elaboración propia. (Yáñez Guerrero, 2018)

Video 3. Expresa Don Juan Manuel Yáñez Guerrero es de comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el ex convento de Bucareli con 3 hectárea de aguacate, menciona le gustaría dejarlo para las futuras generaciones.

Video 4. Entrevista con Don Edmundo Rafael Carrillo Aguirre.



DSC_0538

Fuente: Elaboración propia. (Carrillo Aguirre., 2018)

Video 5. Expresa Don Edmundo Rafael Carrillo Aguirre es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 3,200 plantas de aguacates.

Video 5. Entrevista con Don Manuel Reséndiz.



DSC_0539

Fuente: Elaboración propia. (Reséndiz, 2018)

Video 5. Expresa Don Edmundo Rafael Carrillo Aguirre es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con varias plantas de aguacates, para su identificación con el poblado.

Video 6. Entrevista con Don Simón Mejía Guerrero.



DSC_0540

Fuente: Elaboración propia. (Carrillo Aguirre, 2018)

Video 6. Expresa Don Simón Mejía Guerrero es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca la mona, cuenta con algunas plantas de aguacates.

Video 7. Entrevista con Don Delfino Martínez.



DSC_0541

Fuente: Elaboración propia. (Martínez, 2018)

Video 7. Expresa Don Delfino Martínez es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 300 plantas de aguacates.

Video 8. Entrevista con Don Soria Chavarría.



DSC_0542

Fuente: Elaboración propia. (Chavarría, 2018)

Video 8. Expresa Don Soria Chavarría es de la comunidad del Potrerillos uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 20 plantas de aguacates.

Video 9. Entrevista con Don Juan Manuel Barrera.



DSC 0543

Fuente: Elaboración propia. (Barrera, 2018)

Video 9. Expresa Don Juan Manuel Barrera es de la comunidad del Potrerillos uno de los iconos que representaría la marca la gotera, cuenta con 250 plantas de aguacates.

Video 10. Entrevista con Don Odilón Reséndiz Guerrero.



DSC 0544

Fuente: Elaboración propia. (Reséndiz Guerrero, 2018)

Video 10. Expresa Don Odilón Reséndiz Guerrero es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 350 plantas de aguacates.

Video 11. Entrevista con Doña Amalia Ramírez Santos.



MVI_8568

Fuente: Elaboración propia. (Ramírez Santos, 2018)

Video 11. Expresa Doña Amalia Ramírez Santos es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 10 plantas de aguacates.

Video 12. Entrevista con Jacinto Bijil.



MVI_8569

Fuente: Elaboración propia. (Bijil, 2018)

Video 12. Expresa Don Jacinto Bijil es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 100 plantas de aguacates, sería muy muy exitoso, porque como es un cerro, una pared, que realmente tiene mucha visualidad.

Video 13. Entrevista con Don Francisco Losoría Guerrero.



MVI_8570

Fuente: Elaboración propia. (Losoría Guerrero, 2018)

Video 13. Expresa Don Francisco Losoría Guerrero es de la comunidad del Potrerillos uno de los iconos que representaría la marca es el cañón de la gotera, cuenta con 50 plantas de aguacates.

Video 14. Entrevista con Don Anatolio Yañez Guerrero.



MVI_8571

Fuente: Elaboración propia. (Yañez Guerrero, 2018)

Video 14. Expresa Don Anatolio Yañez Guerrero es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es la capa rosa, cuenta con 800 plantas de aguacates.

Video 15. Entrevista con Don Joaquín.



MVI_8572

Fuente: Elaboración propia. (Joaquín, 2018)

Video 15. Expresa Don Joaquín es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 10 plantas de aguacates.

Video 16. Entrevista con Doña Lilia Zúñiga



MVI_8573

Fuente: Elaboración propia. (Zúñiga, 2018)

Video 16. Expresa Don Doña Lilia Zúñiga es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es la capa rosa, cuenta con 200 plantas de aguacates.

Video 17. Entrevista con Don Meridón Guerrero



MVI_8834

Fuente: Elaboración propia. (Guerrero, 2018)

Video 18. Expresa Don Meridón Guerrero es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es la mona, cuenta con 10 plantas de aguacates.

Video 19. Entrevista con Don Dominixitcio Arias.



MVI_8835

Fuente: Elaboración propia.

Video 19. Expresa Don Dominixitcio Arias es de la comunidad del Plátano uno de los iconos que representaría la marca es el cerro de la torre, cuenta con 350 plantas de aguacates.

Donde se definió cuál de los íconos geográficos eran simbólicos para la comunidad entre los que destacaron fueron:

Imagen 10. La torre



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 11. La capa rosa



Fuente: Elaboración propia.

Se regresó a la comunidad el 10 de octubre de 2018 para presentar las marcas con la identidad:

12. Propuesta la torres.



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 12. Propuesta Bucareli.



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 13. Propuesta la capa rosa.



Fuente: Elaboración propia.

Otros diseños:

Imagen 14. Propuesta la torre.



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 15. Propuesta la torre.



Fuente: Elaboración propia.

Se entregaron los resultados de las marcas sugeridas de acuerdo a los gustos y preferencias de la comunidad, buscando las mejores alternativas y viabilidad de la marca del producto relacionada con la competencia, logrando la aprobación de esta entre las comunidades del Potrerillos, Plátano y Bucareli en Pinal de Amoles, Querétaro como se muestra en la imagen 16.

Imagen 16. Entrega de resultados a la comunidad 11 de noviembre 2018.



Fuente: Elaboración Propia.

5. Conclusión

La Gestión del arte como resultado del laboratorio de gestión y emprendimiento en la FBA por medio de un programa incubadora de alto impacto se logrará un

ecosistema emprendedor en el artista, se comprueba al realizar la investigación donde intervienen varias comunidades del municipio de Pinal de Amoles, los participantes en la determinación del icono sobre saliente y simbólico para la comunidad.

Objetivo general desarrollar el programa de incubación de alto impacto, en el arte generado por las muestras empresariales de la Facultad de Bellas Artes desarrolladas en el laboratorio de gestión y emprendimiento para crear un ecosistema emprendedor en el arte por la gestión, en el laboratorio se realizaron diferentes pruebas donde se plasma de manera tecnológica y social en una marca que identifique a la producción de aguacate en la comunidad, logrando un ecosistema emprendedor.

Los jóvenes estudiantes se vincularon con la comunidad y la universidad logra la conexión adecuada para logran resultados donde salen ganando todos es decir ganar – ganar, este beneficio se verá reflejando en los diferentes ecosistemas emprendedores en la Universidad y en la Comunidad por medio de un programa establecido incubación se establece la vinculación con la sociedad.

La Gestión del arte como resultado del laboratorio de gestión y emprendimiento en la FBA por medio de un programa incubadora de alto impacto se logrará un ecosistema emprendedor en el artista, se comprueba al realizar la investigación donde intervienen varias comunidades del municipio de Pinal de Amoles, los participantes en la determinación del icono sobre saliente y simbólico para la comunidad.

Objetivo general desarrollar el programa de incubación de alto impacto, en el arte generado por las muestras empresariales de la Facultad de Bellas Artes desarrolladas en el laboratorio de gestión y emprendimiento para crear un ecosistema emprendedor en el arte por la gestión, en el laboratorio se realizaron diferentes pruebas donde se plasma de manera tecnológica y social en una marca que identifique a la producción de aguacate en la comunidad, logrando un ecosistema emprendedor.

Los jóvenes estudiantes se vincularon con la comunidad y la universidad logra la conexión adecuada para logran resultados donde salen ganando todos es decir ganar – ganar, este beneficio se verá reflejando en los diferentes ecosistemas emprendedores en la Universidad y en la Comunidad por medio de un programa establecido incubación se establece la vinculación con la sociedad.

Referencias

- Arias Astrid, J., & Blanco Valbuena, C. (2007). La gestión del conocimiento en entidades de conocimiento. El caso de los laboratorios académicos y de las empresas de base tecnológica en Europa. *Pensamiento y Gestión*, 179. Recuperado el 13 de Diciembre de 2018, de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602205.pdf>
- Ayuntamiento de Pinal de Amoles. (2019). *Pinal de amoles*. Recuperado el 4 de Marzo de 2019, de <http://www.pinaldeamoles.gob.mx/index.php/turismo>
- Barrera Martínez, D. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Barrera, J. M. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Bijil, J. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Carrillo Aguirre, E. R. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Carrillo Aguirre, E. R. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Chavarría, S. (22 de Septiembre de 2018). (S. Hernández López, Entrevistador)
- Farfán Buitra, D. Y., & Garzón Castrillón, M. A. (2006). *La gestión del conocimiento*. Bogotá: Universidad del Rosario. Recuperado el 14 de Diciembre de 2018, de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1207/BI%2029.pdf?sequence=1>;La
- Frías Navarro, R., & Rodríguez Romero, C. A. (2013). Una interpretación del concepto de gestión del conocimiento de Nonaka y Takeuchi Usando la dicción literaria. *APUNTES DEL CENES*, 246. Recuperado el 15 de Diciembre de 2018, de [file:///C:/Users/DRA.%20SANDRA/Downloads/19-Article%20Text-62-1-10-20130416%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DRA.%20SANDRA/Downloads/19-Article%20Text-62-1-10-20130416%20(1).pdf)
- Guerrero, M. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Joaquín. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Laza Vasquez, C., Pulido Acuña, G. P., & Castiblanco Montañez, R. A. (2012). La fenomenología para el estudio de la experiencia de la gestación de alto riesgo. *Enfermería Global*, 11(28), 306. Recuperado el 10 de Septiembre de 2018, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1695-61412012000400015
- Losoría Guerrero, F. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Martínez Chavarría, F. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Martínez, D. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López, Entrevistador)
- Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(ISSN 0120-8160), 19. Recuperado el 2 de febrero de 2019, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20649705002>
- Meneses Cabrera, T., & Cardozo Cardona, J. J. (2014). La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. *Encuentros* (2), 94. Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de <file:///C:/Users/DRA.%20SANDRA/Downloads/Dialnet-LaEtnografia-4918505.pdf>
- Nolla Cao, N. (1997). Etnografía: una alternativa más en la investigación pedagógica. *Educación Médica Superior*, 11(2). Recuperado el 5 de Octubre de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21411997000200005
- Novillo Maldonado, E. F., González Ramón, E. X., Quinche Labanda, D., & Salcedo Muñoz, V. E. (2017). Herramientas de la calidad: estudio de caso Universidad Técnica de Machala. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.(3), 6. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de <http://files.dilemascontemporaneoseduccionpoliticaayvalores.com/200003511-2bf1d2cea5/17-5-42%20Herramientas%20de%20la%20calidad.%20Estudio%20de%20caso.....pdf>
- Osorio Tinoco, F. F., Murillo Vargas, G., & Gálvez Albarracín, E. J. (2010). La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis. *Cuadernos de administración*, 71. Recuperado el 4 de Marzo de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/n43/n43a6.pdf>

- Peña Vines, J. C., Bravo, S., Álvarez, F. A., & Pineda, D. A. (2011). Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de casos. *J. econ. finance adm. sci*, 14. Recuperado el 4 de Marzo de 2019, de <http://www.scielo.org.pe/pdf/jefas/v16n30/a03v16n30.pdf>
- Pueblos America . (19 de Septiembre de 2018). *Potrerrillos*. Obtenido de <https://mexico.pueblosamerica.com/i/potrerrillos-49/>
- Pueblos America . (4 de Marzo de 2019). *Bucarelí*. Obtenido de <https://mexico.pueblosamerica.com/i/bucareli-2/>
- Pueblos America . (4 de Marzo de 2019). *El plátano*. Obtenido de <https://mexico.pueblosamerica.com/i/el-platano-14/>
- Ramírez Santos, A. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López , Entrevistador)
- Reséndiz Guerrero , O. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López , Entrevistador)
- Reséndiz, M. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López , Entrevistador)
- Rojas Dávila, R. S., & Torres Briones, C. L. (2017). La Gestión del Conocimiento basado en la Teoría de Nonaka y Takeuchi. *INNOVA*, 30-37. Recuperado el 2 de Octubre de 2018, de <file:///C:/Users/DRA.%20SANDRA/Downloads/Dialnet-LaGestionDelConocimientoBasadoEnLaTeoriaDeNonakaYT-5922016.pdf>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Lizette Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte . *Propósitos y Representaciones*, 410. Recuperado el 4 de Marzo de 2019, de <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v5n2/a10v5n2.pdf>
- Suárez Galvis, F. (2017). Fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas. *Revista de la Facultad de Ciencias, XVIII* (2), 186. Recuperado el 4 de Marzo de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v18n2/v18n2a12.pdf>
- Yañez Guerrero , A. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López , Entrevistador)
- Yañez Guerrero, J. M. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (S. Hernández López , Entrevistador)
- Zúñiga , L. (22 de Septiembre de 2018). La marca de los productores de aguacates. (L. Zúñiga , Entrevistador)