



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Directorio Institucional

Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras
Rector

Dra. Guadalupe García de León Peñuñuri
Secretario General Académico

Dra. Rosa Mará Montesinos Cisneros
Secretaria General Administrativa

Dra. Ramón Enrique Robles Zepeda
Director de Investigación y Posgrado

Dr. Rodolfo Basurto Álvarez
Director de Vinculación y Difusión

Dra. Adriana Leticia Navarro Verdugo
Vicerrectora de la Unidad Regional Sur

M.D.C. Jesús José Ortiz Valenzuela
Director de la División de Ciencias Económicas y Sociales

Mtro. Oscar Coronado Rincón
Secretario de la División de Ciencias Económico y Sociales

Mtra. María Guadalupe Alvarado Ibarra
Jefe del Departamento de Ciencias Económico Administrativas

Mtro. Rosario Alberto Moncada Corral
Jefe de Departamento de Ciencias Sociales

Dr. Francisco Espinoza Morales
Líder del Cuerpo Académico Desarrollo Regional y Competitividad



Año 12.
Núm. 29

(Enero-Junio 2019)



Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Directorio

Editor Responsable

Francisco Espinoza Morales

Directora

Leticia María González Velásquez

Subdirector

Javier Carreón Guillen

Editor Científico

Cruz García Lirios

Master Gráfico

Francisco Alan Espinoza Zallas



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Comité editorial

Dra. Angélica María Rascón Larios
Universidad de Sonora. México

Dra. María del Rosario Molina González
Universidad de Sonora

Dra. Francisca Elena Rochin Wong
Universidad de Sonora. México

Dra. Lidia Amalia Zallas Esquer
Universidad de Sonora. México

Dra. Beatriz Llamas Arechiga
Universidad de Sonora. México

Dr. Rogelio Barba Álvarez
Universidad de Guadalajara. México

Dra. Rosa María Rincón Ornelas
Universidad de Sonora. México

Dr. Juan Flores Preciado
Universidad de Colima. México

Dr. Amado Olivares Leal. Universidad de Sonora
Universidad de Sonora. México

Dr. Guillermo Velásquez Valadez.
Instituto Politécnico Nacional (IPN) México

Dr. Hugo Nefstalí Padilla Torres.
Universidad Estatal de Sonora. México

Dr. Luis Ramón Moreno Moreno.
Universidad Autónoma de Baja California. México



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Dr. Miguel Ángel Vázquez Ruiz.
Universidad de Sonora. México

Dra. Lorena Vélez García.
Universidad Autónoma de Baja California. México

Dra. Pabla Peralta Miranda.
Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia

MSc. Celso Germán Sánchez Zayas
Universidad de Camagüey, Ignacio Agramonte Loynaz, Cuba

Mtro. Roberto Espíritu Olmos
Universidad de Colima (FCA Tecomán) Colima

Dr. Héctor Priego Huertas.
Universidad de Colima (FCA Tecomán) Colima

Mtra. María Guadalupe Alvarado Ibarra.
Universidad de Sonora. México.

Revisores de Textos en Inglés
Dra. María del Socorro Vega Mosqueda
Mtro. Renato Encinas



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Comité científico

Dr. Rosendo Martínez Jiménez. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca.

Dr. Hugo Neftalí Padilla. Universidad Estatal de Sonora

Dra. María Teresa Gaxiola Sánchez. Universidad de Sonora.

Dr. José Cesar Kaplan. Universidad estatal de Sonora.

Dr. Alfredo Islas Rodriguez. Universidad de Sonora

Frecuencia de publicación: semestral / 2 números por año.

Revista de Investigación Académica sin Frontera (RIASF) con (ISSN: 2007-8870) es un interlocutor internacional de acceso abierto revisado diario en línea en el ámbito del de las Ciencias Económicas Administrativas y Sociales. Su objetivo principal es dar a los trabajos de investigación de calidad. Cubre todas las sub-campos de los campos anteriormente mencionados. Proporciona la plataforma a académicos, estudiantes y profesionales. Sólo publica trabajos de investigación y artículos de revisión inicial. Documento presentado debe cumplir con algunos criterios como, debe ser original, inédita y no estén sometidos a ninguna otra revista.

RIASF es una revista arbitrada / Revisión por pares Internacional. Publicamos documentos sobre una variedad de temas, contextos y estrategias de análisis que examinan la relación entre la rápida evolución para la Sociedad y la tecnología del conocimiento.

REVISTA DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA SIN FRONTERA, Año 12, No. 29, enero – junio 2019, es una publicación semestral de investigación científica, editada por la Universidad de Sonora, a través de las División de Ciencias Económicas y Sociales, de la unidad regional Sur, Blvd. Lázaro Cárdenas No. 100, Col. Francisco Villa, Navojoa, Sonora, Sonora, México, C.P. 85880. Tel. (642) 425- 99-54.

<http://www.revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/>, fespinoz@navojoa.uson.mx.

Editor responsable: Francisco Espinoza Morales. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: **04-2013-121811323700-203** e ISSN: **2007-8870**, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derecho de Autor. Inscrita en el Directorio de LATINDEX, con Núm. De folio 20014, folio único



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

14590. Responsable de la última actualización de este Número, Unidad Informática de la Universidad de Sonora, fecha de la última modificación, 30 de junio 2019. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Se autoriza la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes en la presente publicación siempre y cuando se cuente con la autorización del editor y se cite plenamente la fuente.



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Recibido el 8 de diciembre de 2018. Dictaminado mediante arbitraje favorablemente 2 de marzo de 2019.

Configuración factorial exploratoria de la percepción de oportunidades emprendedoras

Exploratory factor configuration of the perception of entrepreneurial opportunities

Arturo Sánchez-Sánchez, Javier Carreón-Guillén, Cruz García-Lirios

Resumen –*A menudo, los estudios del emprendimiento social parten del supuesto de que la percepción de oportunidad emerge luego de una asociación creativa entre una necesidad local y un recurso o capacidad organizacional, soslayando el contexto y el entorno como determinantes de las oportunidades de producción y comercialización de productos agroindustriales. El objetivo del presente trabajo fue contrastar un modelo para el estudio del oportunismo como un efecto del cambio climático en una localidad del centro de México. Se llevó a cabo un estudio no experimental, transversal y exploratorio con una selección no probabilística de 157 comerciantes del café. A partir de un modelo estructural se encontraron tres factores relativos al financiamiento, la comercialización y la sustentabilidad esperadas. Con base en una revisión y discusión de la literatura especializada se propone la inclusión de percepciones relativas al apego, el arraigo y el sentido de comunidad.*

Palabras clave –*Emprendimiento, oportunismo, financiamiento, comercialización, sustentabilidad*



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Abstract -Often, social entrepreneurship studies start from the assumption that the perception of opportunity emerges after a creative association between a local need and a resource or organizational capacity, bypassing the context and the environment as determinants of production opportunities and commercialization of agroindustrial products. The objective of the present work was to contrast a model for the study of opportunism as an effect of climate change in a locality of central Mexico. A non-experimental, cross-sectional and exploratory study was carried out with a non-probabilistic selection of 157 coffee merchants. From a structural model, three factors were found related to financing, marketing and sustainability expected. Based on a review and discussion of the specialized literature, it is proposed to include perceptions related to attachment, rooting and sense of community.

Keywords - Entrepreneurship, opportunism, financing, marketing, sustainability

Introducción

La percepción de oportunidades, para los fines del presente trabajo, alude a un conjunto de expectativas en torno a posibilidades de utilidad, ganancia o beneficio en función de la reducción de costos, riesgos o amenazas relativas a un proceso, tecnología, fenómeno, persona o ideología (Anicijevic, 2013).

Se trata de un continuum de expectativas sesgadas que van desde la insatisfacción hacia la satisfacción que, en el caso del comercio suponen financiamientos y ventas esperadas, así como una cadena de sustentabilidad en relación con la producción, distribución y comercialización de productos (Escobar, 2014).

En tal sentido que la percepción de oportunidad ha sido determinante del emprendimiento individual y social, a la vez que está conformada por dimensiones que aluden a las expectativas de beneficios en un plano inmediato, aunque también sugieren riesgos



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

contingentes que orientarían el emprendimiento hacia la colaboración para reducir las amenazas del entorno más inmediato (García, 2014).

Pues bien, cuando las percepciones de oportunidad sólo aluden al capital semilla o al subsidio derivado de políticas de micro-financiamiento, o bien, política de fomento empresarial, sugieren el concurso de distintos sesgos en cuanto al monto promedio que se requiere para activar un proyecto emprendedor, consolidarlo o mantener sus productos o servicios en el mercado local sin considerar las necesidades de un mercado regional o internacional (García, 2015).

En tal sentido es que la percepción de financiamiento está ligada a la percepción de las ventas, las ganancias, la utilidad y los beneficios esperados, aún y cuando la reducción de costos, riesgos y amenazas implique un avance en significativo para las micros, pequeñas y medianas empresas (García, 2018).

No obstante, la percepción de financiamiento y la percepción de ventas, dada la competitividad del mercado, sugiere la incorporación de estándares de calidad entre los que se encuentra la responsabilidad social corporativa, así como la adopción de protocolos de reducción de emisiones, optimización de los recursos o innovación de los procesos (Acar y Acar, 2014).

Se trata de una dimensión no estudiada, pero muy vinculada a las percepciones de oportunidad ya que la sustentabilidad de un proyecto es atractiva para un mercado de consumo cada vez más exigente y una regulación estatal cada vez más estrecha (Hernández y Valencia, 2016).

De esta manera, el estudio de la percepción de oportunidad cobra especial relevancia si se incluyen sus indicadores de financiamiento, ventas y sustentabilidad esperadas, así como su



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

contraste en escenarios donde las oportunidades son escasas y los riesgos del entorno son también significativos para el desarrollo local (Omotayo y Adenike, 2013).

La percepción de oportunidad ha sido estudiada en ámbitos de desarrollo endógeno como son los casos de cooperativas o incubadoras, pero su valía parece estar en mercados expuestos a contingencias, amenazas y riesgos ambientales, así como en escenarios de abundancia de recursos o escasas de mano de obra (García, Carreón y Hernández, 2017).

Por consiguiente, los estudios de la percepción de oportunidad han logrado establecer dimensiones que explicarían el desbalance o el balance de microempresas dedicadas a la comercialización de productos y servicios como sería el caso de aquellas organizaciones dependientes de subsidios o condonaciones por parte del gobierno local, regional o federas, aunque su capital semilla es aportado por familiares (García, Quintero y Bautista, 2017).

Además, frente a inundaciones, heladas, sequías o deslaves, la percepción de oportunidad ha sido vinculada a la resiliencia para inscribirse en un proyecto que va de la confianza a la satisfacción a través del compromiso, el emprendimiento y la innovación, todas estas variables reguladas por el oportunismo percibido (García, Quintero y Carreón, 2017).

Sin embargo, la percepción de oportunidad también se ha observado en mercado más estables como los de las urbes y en relación a las políticas de fomento empresarial o microfinanciamiento implementadas por gobiernos locales como federales, aunque en los proyectos emprendedores el capital semilla proviene de familias que pueden evolucionar a proyectos cooperativos (Saansongu y Ngutor, 2012).

Pues bien, la percepción de oportunidad emerge cuando el clima de relaciones supera al clima de tareas y al clima de innovaciones. Es decir, el oportunismo parece ser resultado no de una asociación creativa entre una demanda del entorno y una capacidad organizacional. Más bien,



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera**
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

el oportunismo es resultado de una gestión individual donde prevalecen estructuras burocráticas que inhiben o facilitan el proyecto (Vázquez, Carreón y Sánchez, 2017).

Un modelo es una aproximación simple ante un fenómeno complejo como los efectos del cambio climático sobre el desarrollo local a través del emprendimiento social y la percepción de oportunidad, pero su valía consiste en explicar de un modo simple la complejidad de un proceso, o bien, explicar de una manera compleja la simplicidad de un fenómeno (Carreón, Hernández, Bustos y García, 2017).

Se trata de topología de relaciones entre variables e indicadores que permiten inferir las líneas de investigación más desarrolladas por la literatura consultada, sobre todo, las líneas de investigación pendientes que restarían importancia a los hallazgos reportados por el estado de la cuestión, o bien, la corroboración de las relaciones entre variables en contextos y muestras de estudio diferentes (García, Carreón, Hernández y Bustos, 2017).

En el caso de los efectos del cambio climático sobre las percepciones de oportunidad de financiamiento, ventas y sustentabilidad de productos locales, la literatura revisada advierte que prevalecen modelos de gestión y emprendimiento que explicarían los retos y oportunidades de un desarrollo comunitario, pero éstos no profundizan en el inicio del proceso que estaría ligado a la percepción de oportunidad (Sánchez, Cruz, Carreón y Molina, 2017).

Si las relaciones teóricas esgrimidas en la literatura entre la percepción de oportunidad y sus indicadores de financiamiento, comercialización y sustentabilidad esperadas se ajustarán a la estructura de observaciones empíricas a realizarse en una localidad del centro de México, la literatura revisada al considerar que el oportunismo esperado incluye factores relativos al financiamiento, la comercialización y la sustentabilidad percibidas, refleja una propensión al estudio del fenómeno que puede estar diseminada entre los encuestados hasta un grado tal



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

que sus respuestas a un instrumento de medición del fenómeno se ajusten a los hallazgos reportados.

No obstante que la literatura se ha especializado en la explicación el oportunismo, las particularidades de la localidad como el sentido de pertenencia, el arraigo y el apego al lugar suponen percepciones de oportunidad diferentes a las que prevalecen en los contextos y muestras de estudio consultados. Por consiguiente, la estructura de tres indicadores no será la misma en las observaciones empíricas de la localidad en comento.

Método

Diseño. Se llevó a cabo un estudio no experimental, trasversal y exploratorio.

Participantes. Se realizó una selección no probabilística de 157 microemprendedores, considerando su actividad principal orientada a la comercialización del café y derivados tales como dulces, bebidas y pan, así como su acceso a microfinanciamiento registrado en el padrón del municipio.

Aparatos. Se utilizó la Escala de Percepción de Emprendimiento de García et al., (2016) la cual incluye 24 ítems relativos a la percepción de oportunidad **financiera** (p.ej. la promoción de los pueblos mágicos atraerá la inversión a Xilitla); percepción de oportunidad de **ventas** (p.ej. recibiré el apoyo de mi familia al vender dulces de café); percepción de oportunidad **sustentable** (p.ej. el café se venderá en invierno por el frío de la localidad); Cada ítem se contesta con alguna de cinco opciones que van desde 0 = nada probable hasta 5 = muy probable. La escala se contestó como autorreporte, considerando que se trata de un instrumento estandarizado con una curtosis multivariable de 0,23 para el coeficiente de mardia, una fiabilidad de entre 0,750 y 0,790 para su coeficiente alfa de Cronbach, una validez de constructo con pesos factoriales entre 0,330 y 0,670, así como un porcentaje de



varianza total explicada del 46% al 58%, siendo su estructura de adecuación superior al mínimo indispensable ($KMO > 0,700$).

Procedimiento. Se utilizó la técnica Delphi para la homogenización de los significados de las palabras incluidas en los reactivos. Se garantizó el anonimato y confidencialidad por escrito en donde también se les informó acerca de que los resultados del estudio no afectarían su estatus económico, político, social o comunitario. Las encuestas se aplicaron en los establecimientos de comercialización del café y productos derivados. La información se procesó en el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (IBM-SPSS-AMOS por sus siglas en inglés, versión 25,0). Se estimaron la media, desviación estándar, alfa de Cronbach, chi cuadrada, KMO, pesos factoriales, betas, bondad de ajuste y residual.

Resultados

La Tabla 1 muestra las propiedades psicométricas del instrumento que mide la percepción de oportunidad. Es posible observar que su consistencia interna general y de cada una de las subescalas alcanzó un valor superior al mínimo indispensable de 0,700 razón por la cual se asume que el instrumento al aplicarse en otros escenarios y muestras reportará vínculos similares entre sus factores e indicadores.

Tabla 1. *Descriptivos, confiabilidad y validez del instrumento*

<i>R</i>	<i>M</i>	<i>D</i>	<i>S</i>	<i>C</i>	<i>A</i>	<i>F1</i>	<i>F2</i>	<i>F3</i>
<i>R1</i>	4,21	1,93	1,03	1,02	0,760	0,302		
<i>R2</i>	4,14	1,65	1,09	1,04	0,740	0,392		
<i>R3</i>	4,93	1,77	1,04	1,05	0,751	0,301		
<i>R4</i>	4,31	1,95	1,05	1,08	0,762	0,382		
<i>R5</i>	4,30	1,82	1,02	1,09	0,704	0,372		



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

R6	4,23	1,77	1,06	1,01	0,751	0,372
R7	4,81	1,96	1,09	1,00	0,705	0,361
R8	4,26	1,86	1,02	1,07	0,703	0,337
R9	4,39	1,78	1,01	1,06	0,703	0,302
R10	4,40	1,92	1,02	1,07	0,704	0,345
R11	4,18	1,82	1,04	1,08	0,702	0,372
R12	4,27	1,96	1,08	1,01	0,701	0,384
R13	4,02	1,05	1,01	1,04	0,753	0,329
R14	4,27	1,77	1,07	1,05	0,725	0,320
R15	4,48	1,75	1,02	1,03	0,736	0,325
R16	4,59	1,74	1,04	1,02	0,754	0,328
R17	4,04	1,81	1,03	1,01	0,724	0,307
R18	4,92	1,73	1,05	1,02	0,731	0,327
R19	4,46	1,65	1,02	1,03	0,732	0,329
R20	4,22	1,76	1,08	1,04	0,743	0,327
R21	4,38	1,94	1,09	1,05	0,725	0,314
R22	4,59	1,82	1,02	1,03	0,751	0,327
R23	4,30	1,75	1,03	1,07	0,712	0,326
R24	4,13	1,60	1,05	1,09	0,715	0,325

M = Media, D = Desviación Estándar, S = Sesgo, C = Curtosis, A = Alfa de Crombach quitando el valor del ítem. Adecuación y Esfericidad [$X^2 = 213,45$ (26gl) $p = 0,000$; $KMO = 0,713$]. Método de extracción: ejes principales, rotación promax. F1 = Percepción de Oportunidad de Financiamiento (23% de la varianza total explicada), F2 = Percepción de Oportunidad de Ventas (16% de la varianza total explicada), F3 = Percepción de Oportunidad de Sustentabilidad (13% de la varianza total explicada). Cada ítem se responde con alguna de cinco opciones que van desde 0 = “nada probable” hasta 5 = “muy probable”. Cada valor alfa correspondiente a cada ítem es excluyendo su peso de consistencia interna.

Fuente: Elaborada con los datos del estudio



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

En el caso de las relaciones entre los tres factores y los indicadores, éstos superaron las pruebas iniciales de adecuación y esfericidad que permitieron realizar las estimaciones de su estructura factorial, la cual explicó un 52% de la varianza, aunque las correlaciones entre los indicadores y los factores apenas superaron el límite de 0,300

Una vez establecidos los factores, se procedió a estimar sus asociados y correlaciones posibles con otros factores no incluidos en el modelo, pero inferidos por el porcentaje de varianza explicada, así como por los niveles de errores de medición (véase Tabla 2).

Tabla 2. Correlaciones y covarianzas entre los factores

	<i>F1</i>	<i>F2</i>	<i>F3</i>	<i>F1</i>	<i>F2</i>	<i>F3</i>
<i>F1</i>	1,000			1,721		
<i>F2</i>	0,382*	1,000		0,691	1,832	
<i>F3</i>	0,381*	0,402**	1,000	0,591	0,594	1,921

F1 = Percepción de Oportunidad de Financiamiento, F2 = Percepción de Oportunidad de Ventas, F3 = Percepción de Oportunidad de Sustentabilidad: *p < 0,01; ** p < 0,001; *** p < 0,0001

Fuente: Elaborada con los datos del estudio

Una vez establecidas sus relaciones concomitantes, así como sus posibles asociaciones con otras variables no incluidas en el modelo, se procedió a estimar su estructura factorial

Los parámetros de ajuste y residual [$\chi^2 = 123,51$ (125gl) p = 0,035; GFI = 0,980; AGFI = 0,977; RMSEA = 0,000] sugieren la aceptación de la hipótesis nula que alude a la correspondencia entre la estructura trifactorial y las observaciones realizadas en el estudio.



(Enero-Junio 2019)



**Año 12.
Núm. 29**

**Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870**

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

Discusión

El aporte del presente trabajo al estado de la cuestión radica en el contraste de un modelo para el estudio de la percepción de oportunidad, indicada por una estructura de tres factores: financiamiento, comercialización y sustentabilidad, aunque el tipo de estudio no experimental, el tipo de muestreo no probabilístico y el tipo de análisis exploratorio limitan los resultados a la muestra encuestada.

El estado de la cuestión sugiere la inclusión de otros factores que incrementarían el porcentaje de varianza total explicada como serían los casos de la utilidad percibida, la facilidad de uso de la tecnología esperada, o bien, en un sentido negativo, el estigma hacia la oportunidad y la percepción de riesgo.

Sin embargo, las variables en comento sólo han sido observadas en contextos agroindustriales o de servicios electrónicos a través de protocolos digitales como la banca electrónica.

En el contexto de estudio, la percepción de oportunidad parece ser una variable que se desprende o refleja un escenario de riesgo, pero con el valor agregado de un beneficio posible siempre que los apoyos del gobierno local y el emprendimiento social compaginen.

Es así como la inclusión de variables que la literatura identifica como indicadoras de la percepción de oportunidad y, por consiguiente, determinantes del emprendimiento social y la cooperación solidaria pueden ser incluidos en modelo que se contrasten con muestras ubicables en un nivel de desarrollo superior al promedio nacional.

En relación con el escenario de estudio se recomienda incluir otras variables que la literatura no ubica como indicativas del oportunismo ni determinante del emprendimiento, pero que



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

más bien pueden servir para asociarlas con las percepciones de financiamiento, comercialización y sustentabilidad. Se trata de las percepciones de apego al lugar, el arraigo esperado y el sentido de comunidad que explicarían el oportunismo de los encuestados ante eventos de riesgo inminentes como huracanes, inundaciones, heladas, sequías o deslaves.

La literatura advierte que estas percepciones ambientales nos e inscriben en proyectos de emprendimiento, aunque explican con mayor validez las expectativas que se generan ante un evento de riesgo, una amenaza del entorno una contingencia ambiental.

Conclusión

El objetivo del presente trabajo ha sido contrastar un modelo para el estudio de la percepción de oportunidad en una localidad del centro de México, pero el tipo de estudio muestra y análisis imitan los hallazgos a una discusión regional de aquellos factores que pueden ser incluidos en el modelo. A partir de una discusión con la literatura más especializada se recomienda la inclusión de variables alusivas al sentido de comunidad, el apego al lugar y el arraigo.

Referencias

- Acar, Z. y Acar, P. (2014). Organizational culture types and their effects on organizational performance in Turkish hospitals. *Emerging Markets Journal*, 3 (3), 1-15 [DOI: 10.5195/emaj.2014.47]
- Anicijevic, N. (2013). The mutual impact of organizational culture and structure. *Economic Annals*, 58 (198), 35-60



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

- Carreón, J., Hernández, J. Bustos, J. M. y García, C. (2017). Políticas de fomento empresarial y sus efectos sobre las percepciones de riesgo en caficultores de Xilitla, centro de México. *Poiesis*, 32, 33-51
- Carreón, J., Hernández, J., García, C., García, E., Rosas, F. y Aguilar, J. (2014). Especificación de un modelo de emprendimiento digital para el desarrollo humano mediante el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación. *Perspectivas Rurales*, 13 (25), 123-155
- Cruz, O., Arroyo, P. y Marmolejo, J. (2016). Innovaciones tecnológicas en la logística: gestión de inventarios, sistemas de información y terciarización de operaciones. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas*. (pp. 165-178). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.
- Escobar, R. (2014). Redes neuronales, procesos cognoscitivos y análisis de la conducta. *Revista Internacional de Conductismo*, 2 (1), 23-43
- García, C. (2014). Especificación de un modelo de emprendedurismo social. *Razón y Palabra*, 18 (88), 1-40
- García, C. (2015). Especificación de un modelo de emprendimiento electrónico. *Ciencias en la Frontera*, 13, 27-41
- García, C. (2018). Emprendimiento caficultor en migrantes de la región huasteca del centro de México. *Equidad & Desarrollo*, 30, 119-147 DOI: 10.19052/ed.4324



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

García, C., Carreón, J., Hernández, J. y Bustos, J. M. (2017). Fiabilidad sociopolítica en caficultores de Huitzilac, Morelos (centro de México). *Mediaciones Sociales*, 16, 231-244 DOI: 10.5209/MESO.58118

García, C., Carreón, J., Hernández, J. y Salinas, R. (2016). Gobernanza de los actores y redes de innovación tecnológica. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas*. (pp. 79-94). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.

García, C., Carreón, J., Rosas, F., Aguilar, J. y Rivera, B. (2014). Especificación de un modelo de emprendimiento ciberpolítico. *Perspectivas*, 9, 30-67

García, C., Carreón, J. y Hernández, J. (2017). Procesualismo simbólico en la decadencia y la prosperidad de una localidad caficultora. *Revista Psicología Política*, 15 (39), 1-13

García, C., Quintero, M. L. y Bautista, M. (2017). Redes de conocimiento en torno a la caficultura en una IES del centro de México. *Interconectando Saberes*, 2 (4), 15-32

García, C., Quintero, M. L. y Carreón, J. (2017). Emprendimiento micro-caficultor en migrantes de San Luis Potosí, centro de México. *Margen*, 87, 1-15

García, C., Valdés, O., Sánchez, R., Elizarraráz, G., Méndez, A. y Hernández, J. (2015). Diferencias entre emprendedores internautas con respecto a empatía, percepciones de riesgo y uso de aplicaciones tecnológicas. *Revista Prospectivas de Psicología*, 2 (1), 68-85

Hernández, A. y Valencia, R. (2016). Instrumentos de innovación: las redes sociales en la internalización de las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su*



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

aplicación práctica en las empresas. (pp. 47-66). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.

Mendoza, E., Ramírez, L. y Atriano, R. (2016). Uso de los medios y las tecnologías en la creación de un sistema de innovación para el bien común. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas.* (pp. 95-114). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.

Omotayo, O. y Adenike, A. (2013). Impact of organizational culture on human resource practices: a study of selected Nigerian private universities. *Journal of Competitiveness*, 5 (4), 115-133 [DOI: 10.7441/joc.2013.04.07]

Quintero, M., Velázquez, E., Sales, J. y Padilla, S. (2016). Una revisión del estado del arte sobre pymes. ¿y los estudios de innovación? En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas.* (pp. 31-43). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.

Robles, C., Alviter, L., Ortega, A. y Martínez, E. (2016). Cultura de calidad e innovación en la microempresa. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas.* (pp. 11-30). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.

Saansongu, E. y Ngutor, D. (2012). The influence of corporate cultura of employee commitment to the organization. *International Journal of Business and Management*, 7 (22), 1-8

Sales, J., Quintero, M. y Velázquez, E. (2016). Adaptación versus innovación: la formación de distritos industriales a partir de comunidades campesinas. Santa Cruz Atizapan y



(Enero-Junio 2019)



Año 12.
Núm. 29

Revista de Investigación
Académica sin Frontera
ISSN: 2007-8870

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>

- Chiconcuac. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas*. (pp. 181-199). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.
- Sánchez, A., Cruz, M. G., Carreón, J. y Molina, H. D. (2017). Modelo perception of entrepreneurs: A reflection on a mexican coffee industry throught a emprirical framework proposal. *Social Science Learning Education Journal*, 2 (11), 1-10
- Vázquez, C., Barrientos, B., Quintero, M. y Velázquez, E. (2016). Apoyos gubernamentales para la innovación, tecnología y capacitación de las pequeñas y medianas empresas en México. En M, Quintero., Sales, J. y Velázquez, E. (Coord.). *Innovación y tecnología retos para su aplicación práctica en las empresas*. (pp. 67-78). México: Miguel Ángel Porrúa-Uaemex.
- Vázquez, E., Carreón, J. y Sánchez, A. (2017). Knowledge networks around the strategic alliances of micro coffee producers. *Internacional Journal Environmental Agriculture & Biothechnology*, 2 (6), 3294-3302 DOI: [10.22161/ijeab/2.6.66](https://doi.org/10.22161/ijeab/2.6.66)