



## C A P Í T U L O 9

# ESTRATEGIA EDUCACIONAL, FERIA DE TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS: UN ANÁLISIS REFLEXIVO DESDE LA BENEMÉRITA UNACH

**Santa Dolores Carreño Ruiz**

<https://orcid.org/0000-0002-5782-193X>

**Abisag Antonieta Ávalos Lázaro**

<https://orcid.org/0000-0001-5370-8131>

**Rubén Monroy Hernández**

<https://orcid.org/0000-0002-7799-8169>

**Victorio Moreno Jiménez**

<https://orcid.org/0000-0002-9616-8785>

**Alex Ricardo Ramírez García**

<https://orcid.org/0000-0003-4038-7484>

**Candelario Rodríguez Pérez**

<https://orcid.org/0000-0002-8233-0577>

**RESUMEN:** En Chiapas, México, existen zonas de muy alta marginación social, un escenario en donde es indispensable formar a la niñez y la juventud a través del espíritu emprendedor, haciendo uso sustentable de los recursos locales que impactan a los sectores agropecuario y agroindustrial. En el presente capítulo, se presentan algunos de los alcances logrados mediante la estrategia educacional: “Feria de Transformación de Productos Agropecuarios”, desarrollada en la Facultad Maya de Estudios Agropecuarios de la Benemérita Universidad Autónoma de Chiapas. El estudio se generó mediante una metodología mixta, utilizando una herramienta participativa que permitió conocer los puntos de vista de 139 personas estudiantes. Para ello, se elaboró y aplicó una entrevista de carácter estructurado, a fin de conocer su experiencia y el impacto logrado en su aprendizaje. Los datos obtenidos se recabaron mediante la plataforma Google Forms. El estudiantado participante indicó que, esta estrategia educativa les propició creatividad (93 %), innovación (89 %), gusto por el emprendimiento (94 %) y herramientas que fortalecen su

capacidad para incursionar en procesos de elaboración de productos de consumo humano inocuos. Con ello, las y los jóvenes adquieren potencial para intervenir en el desarrollo de las cadenas productivas regionales.

**PALABRAS CLAVE:** agroindustria, emprendimiento, calidad de vida, estrategia educacional, innovación.

## INTRODUCCIÓN

Aunque Chiapas concentra una diversidad y extensión significativa de bosques, selvas y recursos agroalimentarios, persiste un elevado grado de marginación social en la entidad (CONEVAL, 2022; Pronatura Sur, 2024). En el año 2020, Chiapas ocupó el segundo lugar en marginación y el primero en analfabetismo entre la población de 15 años y más (CEIEG, 2021).

Ante esta situación, resulta fundamental implementar estrategias educativas en los niveles básico, medio superior y superior que contribuyan a disminuir dichos índices. En este contexto, la Facultad Maya de Estudios Agropecuarios de la Benemérita Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) incide directamente en la región socioeconómica XVIII Maya.

Esta región abarca una superficie de 5,976.47 km<sup>2</sup> y comprende los municipios de Catuzajá, La Libertad, Palenque, Benemérito de las Américas y Marqués de Comillas. En su conjunto, estos municipios reúnen una población total de 191,611 habitantes. El municipio más poblado es Palenque, con 132,265 habitantes, de ellos, 65,076 son hombres y 67,189 son mujeres (INEGI, 2021).

Geográficamente, la región limita al norte con Tabasco, al sur con la Región XII Selva Lacandona y Guatemala, al este con Guatemala, y al oeste con la Región XIV Tulijá Tzeltal Chol. La ciudad de Palenque funge como cabecera regional (CENTROGEO, 2016). La mayoría de las localidades se concentran en el noroeste, asociadas a las principales vías de comunicación. En esta zona predominan los lomeríos y sierras bajas, con altitudes entre 10 y 860 metros sobre el nivel del mar; el clima dominante es cálido húmedo con lluvias durante todo el año (CENTROGEO, 2016).

Dentro de las áreas de lomerío destaca la presencia de pastizales cultivados, especialmente en Palenque y Catuzajá, lo que refleja la relevancia de la actividad ganadera. En otras zonas, el clima cálido húmedo favorece una vegetación exuberante, donde aún subsisten áreas de selva alta perennifolia, tanto primaria como secundaria. En menor medida se observan sabanas, tulares y bosques cultivados, mientras que, en las sierras altas y bajas predomina la vegetación secundaria (CENTROGEO, 2016).

El asentamiento poblacional en la región Maya se relaciona con la actividad agrícola de riego y, en menor proporción, de temporal. Los cultivos predominantes incluyen pastizales naturales e inducidos, palma de aceite (*Elaeis guineensis*), hule (*Hevea brasiliensis*), café, maíz, sorgo, frijol, naranja, sandía (CENTROGEO, 2016), calabaza, plátano y cacao.

La ganadería constituye una de las principales actividades económicas. Se desarrolla principalmente en los pastizales cultivados, seguida de los naturales e inducidos. Esto ha propiciado la instalación de unidades económicas dedicadas a la producción de lácteos en Palenque, Catazajá y La Libertad (CENTROGEO, 2016). En estos municipios se cría ganado bovino, porcino y ovino, además de aves de corral. El principal valor económico proviene de la venta de carne de bovino en canal, seguida de porcino y leche bovina. Palenque concentra la mayor producción ganadera y complementa su economía con la apicultura, generando alrededor de 6.76 toneladas anuales de miel y cera, además de una producción de huevo de alrededor de 412 toneladas (SAGARPA, 2014).

Asimismo, existen microempresas dedicadas a la elaboración de derivados lácteos (tres en Palenque y tres en Catazajá), así como una pequeña empresa procesadora de embutidos en Palenque (INEGI, 2014). La actividad pesquera también tiene presencia, principalmente en Catazajá, donde se desarrollan la piscicultura y la pesca de peces, crustáceos y moluscos. En el municipio se registran 25 empresas pesqueras, la mayoría de tipo social o cooperativo (CENTROGEO, 2016).

A pesar de ello, la industrialización del sector pesquero es limitada; existen pocas empresas dedicadas al envasado o conservación de productos acuícolas, con apenas dos cooperativas en La Libertad y cuatro en Palenque (CENTROGEO, 2016). La industria maderera también es incipiente, representada por microempresas que fabrican productos para la construcción y utensilios domésticos, aunque la mayor parte de la producción forestal se comercializa sin valor agregado (CENTROGEO, 2016).

Según datos del INEGI (2007), en la región existen 8,862 unidades de producción agrícola; sin embargo, solo 19 procesan o transforman sus productos y únicamente cinco los comercializan, lo que evidencia un bajo nivel de agregación de valor. No obstante, se identifican microempresas dedicadas a la elaboración de alimentos y bebidas, incluyendo tortillerías, panaderías, heladerías, un beneficio de café en Palenque y una empresa productora de aceites comestibles, *Palma Tica de México*, en La Victoria. También destacan pequeñas sociedades rurales que elaboran alimentos, una microempresa de chocolate y otras de dulces y botanas (INEGI, 2014).

En este contexto, la región Maya al igual que gran parte del estado de Chiapas requiere estrategias integrales en los ámbitos social, político, económico, ambiental y educativo, que impulsen el desarrollo local y mejoren la calidad de vida de sus

habitantes. Es indispensable fortalecer las actividades agropecuarias, promover la producción sustentable e inocua de alimentos y formar recursos humanos capaces de resolver problemáticas locales en los sectores agrícola y pecuario.

La formación de jóvenes con conocimiento de los recursos de su región y con capacidades para transformar productos agropecuarios con valor agregado es una vía estratégica para fomentar el emprendimiento y contribuir al bienestar de las comunidades chiapanecas. En este sentido, la “Feria de Transformación de Productos Agropecuarios” se plantea como una estrategia educativa y productiva replicable en otras instituciones, al vincular el conocimiento académico con la práctica comunitaria y el desarrollo sostenible.

## DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA EDUCACIONAL

Una herramienta fundamental para el desarrollo económico consiste en fomentar en las y los jóvenes las habilidades y competencias necesarias para emprender. Estas cualidades les impulsan a convertirse en agentes de cambio, capaces de resolver problemáticas con innovación y creatividad, lo que impulsa el crecimiento económico mediante la creación de empresas que aprovechan y transforman los recursos agropecuarios locales. Lo anterior fomenta la generación de nuevas fuentes de empleo, diversifica el sector productivo y contribuye al abastecimiento, acceso, disponibilidad y fortalecimiento de los mercados locales, como estrategia para promover la soberanía alimentaria regional (Canales García *et al.*, 2017; Mora-Pacheco *et al.*, 2019).

En este contexto, la actitud emprendedora adquiere un papel central en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las y los jóvenes en formación, al brindarles estrategias para su desarrollo personal, social y profesional. A través del fomento al consumo local, la innovación, el diseño de proyectos productivos, la búsqueda de financiamiento y la creación de organizaciones productivas, se impulsa el desarrollo económico local y la consolidación de nuevas empresas (Mora-Pacheco *et al.*, 2019). Asimismo, se busca que este sector perciba el emprendimiento como una actividad de desarrollo social, en la que el trabajo colectivo acelera el establecimiento de nuevas iniciativas económicas.

Con base en lo anterior, en el año 2021, en la Facultad Maya de Estudios Agropecuarios (FMEA) de la Benemérita Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) surgió la estrategia educacional: “Feria de Transformación de Productos Agropecuarios”, sustentada mediante la metodología de enseñanza-aprendizaje orientada al desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras para fortalecer la economía regional y mejorar la calidad de vida de la población.

Es necesario señalar que la FMEA - Benemérita UNACH, desempeña un papel fundamental en la región Maya por su contribución a la formación universitaria en los ámbitos agrícola y pecuario. Su misión consiste en formar profesionales integrales con habilidades en su área de especialización, actitud crítica, propositiva y emprendedora, con creatividad, espíritu ético y compromiso humanista. De este modo, se busca contribuir al desarrollo sustentable de la región, de Chiapas y de México. Su zona de influencia abarca no solo la región Maya de Chiapas, sino también jóvenes provenientes de otras regiones del estado y de municipios de la zona Ríos de Tabasco (Macuspana, Tenosique, Balancán y Jonuta), así como de Campeche y otras zonas geográficas.

Con el propósito de brindar a las y los jóvenes, herramientas que fomenten la transformación de productos agropecuarios con valor agregado y competencias para el emprendimiento, la feria surgió como un evento académico institucional propuesto desde el Grupo Colegiado de Investigación "Biotecnología Agropecuaria Sustentable del Trópico – BAST" (GCI-042), haciendo posible la participación de estudiantes de pregrado, particularmente de las licenciaturas en Ingeniería Agroindustrial (LIA) y Medicina Veterinaria y Zootecnia (MVZ), para cumplir con los contenidos temáticos relacionados con la transformación de materias primas agropecuarias.

La feria se ha realizado anualmente en cinco ediciones consecutivas, con la participación de estudiantes que presentan propuestas de transformación de productos agropecuarios ante un panel de expertos, productores, empresarios y público interesado. Este evento es único entre las universidades de la región, constituyéndose como un referente académico y comunitario para estudiantes, docentes, productores, autoridades y familias.

La estrategia ha permitido el acercamiento del estudiantado a los procesos de transformación agropecuaria conforme a normas nacionales e internacionales que regulan el procesamiento de alimentos, garantizando estándares de calidad, inocuidad y etiquetado. También se han desarrollado propuestas orientadas a la transformación de materias primas hacia productos no alimentarios. Este enfoque fomenta la interacción directa entre la comunidad estudiantil y sus potenciales consumidores o empleadores mediante un intercambio de ideas innovadoras para la producción local. Todos los proyectos surgen de prototipos elaborados por los propios estudiantes, con base en los conocimientos adquiridos durante su formación profesional.

Además, esta estrategia educativa se sumó al plan para fortalecer los conocimientos teórico-prácticos del estudiantado de pregrado, impulsado por la actual administración de la FMEA-UNACH), en concordancia con el proyecto académico 2022–2026 de la Rectoría de la UNACH. Su propósito es formar profesionales capaces de responder, a corto, mediano y largo plazo, las demandas del sector agropecuario regional.

Paralelamente, esta estrategia ha permitido atender las necesidades de capacitación de facilitadores, técnicos de campo y productores que colaboran en programas federales como *Sembrando Vida* y *Producción para el Bienestar* en la región Maya y en otras áreas de influencia de la FMEA – Benemérita UNACH. Por ello, en los procesos de formación para la transformación de productos se ha incorporado la participación activa de todos los sectores involucrados en la cadena de valor.

En el desarrollo de la feria también se ha incorporado la participan de académicas y académicos que imparten asignaturas relacionadas con la transformación y el emprendimiento. En el programa de LIA se incluyen contenidos orientados a la formación profesional e integral en tecnologías agroindustriales aplicadas al procesamiento de carnes, lácteos, huevo, miel, pescados, mariscos, frutas y hortalizas. En tanto, el programa de MVZ contempla al menos cuatro asignaturas vinculadas con la producción y transformación de productos pecuarios inocuos, así como con las normas aplicables a dichos procesos.

Dado que el aprendizaje sobre transformación de productos agropecuarios implica trabajo teórico y práctico, los proyectos de la feria se desarrollan gradualmente bajo los siguientes lineamientos. Primero, la feria se organiza mediante módulos de exhibición donde se presentan proyectos integradores relacionados con la transformación de productos agropecuarios. Cada proyecto debe sustentarse con un documento escrito que incluya elementos como, portada, título, resumen, antecedentes, objetivo, justificación, procedimientos, diseño de empaque y etiqueta, diagramas de flujo y evidencias fotográficas. Los productos elaborados pueden ser alimentarios o no alimentarios, de consumo humano o animal, y deben basarse en materias primas locales que atiendan demandas regionales.

Es necesario planificar procedimientos, materiales, equipos, costos, embalaje, etiquetado, innovaciones y viabilidad comercial, conforme a las Normas Oficiales Mexicanas correspondientes (NOM-251-SSA1-2009, NOM-120-SSA1-1994; NOM-093-SSA1-1994; NOM-051-SCFI/SSA1-2010, entre otras).

Las y los participantes deben usar la indumentaria reglamentaria y seguir las buenas prácticas de manufactura durante la elaboración de los productos. Los proyectos deben incluir un diagrama de flujo con los procesos desarrollados, insumos y cantidades, reforzando el compromiso ético hacia el consumidor. Finalmente, los prototipos se presentan ante investigadores, autoridades municipales, público general y estudiantes invitados.

Hasta la fecha, alrededor de 370 estudiantes han participado en esta estrategia educativa, presentando cerca de 70 propuestas de elaboración de productos; lácteos (quesos, yogures, mayonesas, helados), cárnicos (chorizos, carne para hamburguesas, nuggets, jamones, morcillas), derivados de miel (dulces, jabones),

productos pesqueros (harina de pescado, chorizos), y de frutas y hortalizas (harina de plátano, conservas de chiles) (Figura 1). También se han desarrollado productos de impacto agropecuario como bloques para alimentación animal y biofertilizantes a base de hongos micorrízicos, todos elaborados con insumos saludables y presentados como prototipos listos para su comercialización.

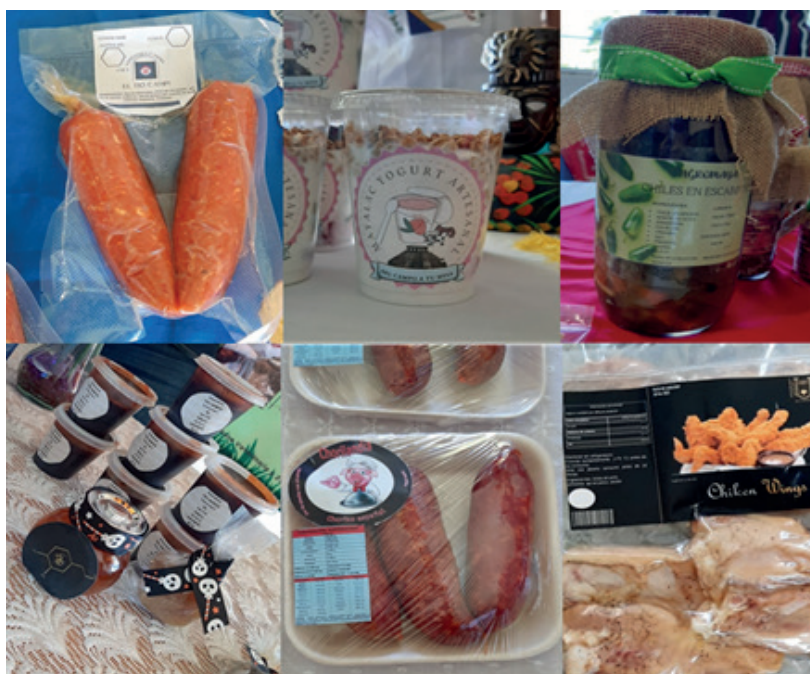


Figura 1. Ejemplificación de algunos productos presentados en la feria

## ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DE LAS Y LOS JÓVENES EN RELACIÓN CON LA FERIA

El estudio se desarrolló bajo un enfoque metodológico mixto, utilizando una herramienta participativa para obtener los puntos de vista de los distintos actores involucrados en el desarrollo de esta estrategia educativa. Para ello, se implementó una entrevista estructurada (Lázaro Gutiérrez, 2021) compuesta por 12 reactivos, configurados de la siguiente manera: tres correspondientes al ítem de datos personales, seis al ítem sobre emprendimiento y tres al ítem destinado a evaluar el nivel de conocimiento generado mediante la estrategia educativa, así como el grado de agrado hacia la actividad por parte de los estudiantes.

Los doce reactivos del instrumento se clasificaron en siete preguntas de condición afirmativa o negativa (preguntas cerradas) y cinco de respuesta libre. En estas últimas, las respuestas similares fueron agrupadas para su análisis, asignándole a las categorías de *muy bueno*, *bueno* y *regular*.

Para la selección de participantes se aplicó la técnica de muestreo no probabilístico de tipo intencional, que consiste en seleccionar sujetos que cumplan con criterios específicos; en este caso, se consideraron todos los estudiantes que participaron en el evento durante los dos últimos años consecutivos, para un total de 139 entrevistados.

Con los datos obtenidos se realizó un análisis estadístico de tipo descriptivo. El periodo de recopilación de información comprendió cuatro semanas, del 1 de febrero al 15 de marzo de 2023. La entrevista se diseñó mediante la plataforma Google Forms y se distribuyó a través de las redes sociales WhatsApp y correo electrónico. Los datos recopilados fueron procesados mediante estadística descriptiva.

## RESULTADOS Y DISCUSIONES

Participaron 139 estudiantes de pregrado que presentaron proyectos en al menos una ocasión en la Feria. Dichos estudiantes se agruparon por edad de la siguiente manera: entre 19 y 20 años (12 %), de 21 a 22 años (53 %), de 23 a 24 años (19 %) y de 25 a 26 años (16 %). Del total, el 55 % fueron hombres y el 45 % mujeres. Estos datos se obtuvieron de las respuestas proporcionadas en la primera sección del instrumento, correspondiente a los ítems personales que incluían edad, sexo y correo electrónico.

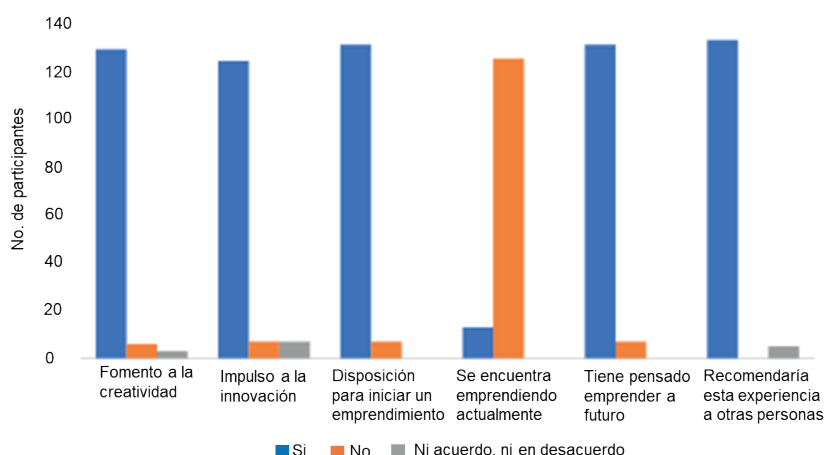
El segundo bloque de reactivos, correspondiente al ítem sobre fomento al emprendimiento, indagando seis aspectos fundamentales:

- a) sí la elaboración de los productos presentados en la Feria fomentó la creatividad en las y los participantes;
- b) sí el proceso estimuló la innovación;
- c) sí, con las bases aprendidas durante el proceso educativo de transformación de productos agropecuarios y la normatividad aplicable, estarían dispuestos a iniciar un emprendimiento;
- d) sí actualmente, se encuentran desarrollando algún emprendimiento relacionado con la Feria;
- e) sí planean emprender en el futuro; y
- f) sí recomendarían esta experiencia a otros jóvenes.

Del total de las y los participantes, el 94 % consideró que su participación en la feria incentivó su creatividad y el 90 % señaló que, a través del desarrollo y presentación de sus productos, pusieron en práctica aspectos vinculados con la



innovación (Gráfica 1). Este hallazgo es relevante, ya que la creatividad y la innovación se asocian estrechamente con el emprendimiento (Sung Park y Duarte Masi, 2015). En este sentido, Peñaherrera León y Cobos Alvarado (2012) sostienen que, en el ámbito laboral, la creatividad constituye una de las características distintivas de las personas que buscan realizar una actividad económica por cuenta propia —ya sea como trabajadores autónomos o empresarios—, junto con otras habilidades personales y profesionales. Esto les permite ofrecer nuevas alternativas frente a los problemas y adaptarse a los cambios en la oferta y demanda que caracterizan a los mercados contemporáneos.



Gráfica 1. Apreciaciones de las y los participantes en la feria

Algunos proyectos en los que destacó la creatividad de las y los jóvenes incluyeron propuestas como *nuggets* de conejo, morcillas de pollo, harina de pescado y harinas para preparar atoles regionales. Estas alternativas se distinguen de las opciones existentes en el mercado, convirtiéndose en candidatas idóneas para atender a consumidores interesados en probar alimentos novedosos, más saludables y con mayor valor nutritivo (Figura 2).

En cuanto a la innovación, el estudiantado logró incorporar en sus propuestas aspectos relacionados con los actuales estilos de vida, caracterizados por la preferencia hacia productos que fortalezcan el sistema inmunológico, que sean prácticos, saludables y ofrezcan garantías al consumidor. Estas consideraciones se reflejan en propuestas con un alto potencial dentro del sector de transformación agroalimentaria. Un ejemplo destacado fue la presentación de un jamón artesanal que captó la atención del público y de los evaluadores por su bajo nivel de procesamiento, libre de aditivos químicos, lo que lo convierte en un producto más saludable, además de su sabor agradable y su calidad organoléptica.

Respecto a la disposición para emprender, el 95 % de las y los participantes manifestó interés en iniciar un proyecto propio, considerando que cuentan con los conocimientos necesarios para identificar necesidades del entorno y transformar materias primas en productos con valor agregado (Gráfica 1).

Por otra parte, alrededor del 10 % del estudiantado ha comenzado a desarrollar emprendimientos relacionados con la Feria o derivados de ella. En este sentido, la estrategia educativa ha propiciado la consolidación de tres grupos de trabajo que han dado continuidad a sus proyectos: la elaboración y comercialización de chiles en escabeche y conservas de tomate (proyecto “AGROMAYA XVIII”, integrado por estudiantes de segundo semestre), la producción de bebidas fermentadas tipo *tepache* (sexto semestre) y la fabricación de jabones y cervezas artesanales (octavo semestre), todos pertenecientes al programa de Ingeniería Agroindustrial (Figura 3).

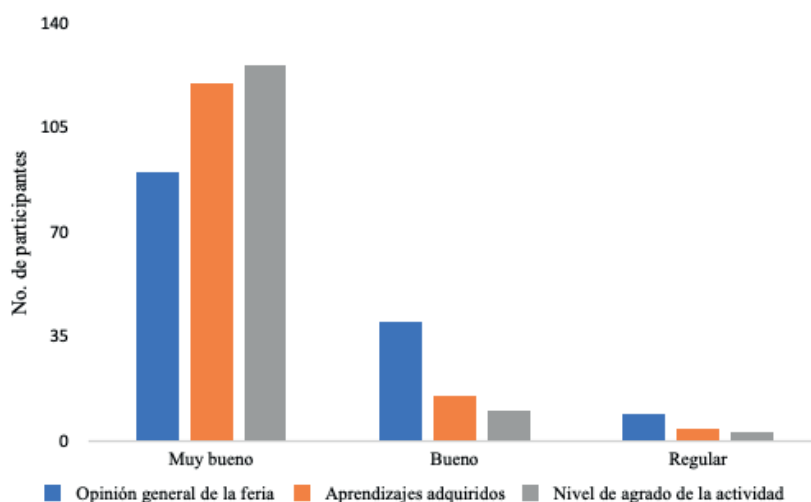


Figura 2. Productos presentados en la feria.

Cabe destacar que estos emprendimientos se encuentran en proceso de gestión de apoyos ante el Centro Universidad–Empresa de la UNACH, institución que brinda acompañamiento para la formalización de proyectos y capacitación en temas de financiamiento, comercialización y fortalecimiento empresarial. Asimismo, estos grupos han participado en eventos extramuros como la *Expo Agroalimentaria 2022 y 2023* y la *Feria Ganadera Regional de Catazajá, Chiapas 2023*, con el propósito de promover sus productos y fortalecer el consumo local. Estos espacios han sido fundamentales para que los jóvenes establezcan vínculos con productores y emprendedores del sector agropecuario, fomentando redes de colaboración y aprendizaje mutuo (Figura 3).

En relación con la proyección futura, el 94 % de las y los estudiantes expresó su deseo de emprender a mediano o largo plazo, mientras que el 96 % afirmó que recomendaría la experiencia de la feria a otras personas. Estos resultados reflejan la motivación y el compromiso de la comunidad estudiantil hacia la creación de productos innovadores, reafirmando la responsabilidad de la Facultad Maya de Estudios Agropecuarios no solo en el fortalecimiento de esta estrategia educativa, sino también en la apertura de canales de capacitación, financiamiento y comercialización que favorezcan la creación de nuevas empresas.

Finalmente, al analizar las respuestas del ítem relacionado con el nivel de conocimiento adquirido y el grado de satisfacción respecto a la feria, se observó una tendencia marcadamente positiva. En cuanto a la valoración general del evento, el 65 % de los participantes lo calificó como “muy bueno”, el 28 % como “bueno” y el 6 % como “regular”. En relación con los aprendizajes obtenidos, el 86 % indicó haber alcanzado un nivel de conocimiento “muy bueno”, el 10 % “bueno” y el 2 % “regular”. Respecto al nivel de agrado hacia la Feria, el 90 % de las y los encuestados la consideró “muy buena” (Gráfica 2).



Gráfica 2. Evaluación de la feria

Lo antes descrito permite evaluar el impacto de los saberes y prácticas desarrolladas para fortalecer la formación de las y los jóvenes a través de esta estrategia educativa. Se considera de suma importancia el contexto social, académico y económico en el que se desenvuelven, siendo indispensable dar continuidad a las acciones orientadas a su formación para el emprendimiento, de modo que como futuras y futuros profesionales puedan impulsar el sector de la transformación agropecuaria desde los diversos ámbitos laborales en los que participen.

## CONCLUSIONES

La región Maya de Chiapas presenta grandes desafíos para su población, entre los que destacan el alto grado de marginación y analfabetismo, particularmente en las comunidades indígenas. A ello se suma la limitada capacitación en la población para otorgar valor agregado a los bienes generados en el campo, los problemas ambientales y la urgencia de fortalecer la economía local. Estas condiciones hacen imperativo diseñar nuevas rutas de negocio y estrategias que contribuyan a mitigar las desigualdades sociales que afectan especialmente a niñas, niños y la juventud chiapaneca.

Además en este estudio se identificaron como principales problemáticas, aquellas vinculadas a la falta de impulso al desarrollo agroindustrial. Sin embargo, nuevos retos se derivan de las transformaciones recientes en la región, tales como la implementación de programas federales, por ejemplo, *Sembrando Vida* y el *Tren Maya*. El primero busca fortalecer la producción agrícola mediante alternativas con valor agregado, mientras que el segundo genera nuevas demandas de bienes y servicios derivadas del turismo, lo que implica oportunidades y desafíos para la población local.

Asimismo, la región requiere investigaciones que permitan caracterizar con mayor precisión los sistemas de producción agropecuaria, a fin de atender sus necesidades reales. A pesar de que se le considera una zona ganadera, los diferentes sistemas de producción han sido escasamente estudiados, lo que limita el diseño de estrategias efectivas de apoyo, asistencia técnica y planificación territorial.

En este sentido, la Facultad Maya de Estudios Agropecuarios de la Benemérita Universidad Autónoma de Chiapas impulsa soluciones mediante la formación de jóvenes capaces de generar alternativas agroindustriales sostenibles que incidan positivamente en la economía regional. Con este propósito, se fortalece la estrategia educativa “Feria de Transformación de Productos Agropecuarios”, orientada a que el estudiantado desarrolle proyectos vivenciales de transformación de productos pecuarios con enfoque emprendedor.

El logro de esta meta requiere la colaboración entre académicos, estudiantes, productores y tomadores de decisiones para fomentar la creatividad, la participación y el compromiso con el sector agropecuario. Hasta ahora, la experiencia demuestra que la feria constituye una estrategia eficaz que promueve las capacidades productivas del estudiantado, aprovechando el contexto agroecológico y educativo de la región, caracterizado por su potencial agrícola y su relevancia turística.

Las y los jóvenes participantes han mostrado amplias capacidades para trascender en su formación, incidir en la economía regional y promover el emprendimiento a partir de la creatividad y la innovación. Los resultados de este estudio confirman que

el estudiantado percibe la feria como un evento significativo, en el que se reconoce como protagonista de su propio proceso de aprendizaje, fortaleciendo habilidades como la gestión, la creatividad y el liderazgo emprendedor.

Este trabajo puede servir como referente para que otras instituciones de educación superior impulsen estrategias de formación que fomenten el autoempleo, la soberanía alimentaria y la salud humana y animal, temas prioritarios para las generaciones presentes y futuras. Finalmente, se resalta el papel fundamental de las universidades en la formación de capacidades para el sector de la transformación y el emprendimiento, así como su responsabilidad en la generación de espacios de innovación y vinculación comunitaria.

## AGRADECIMIENTOS

Las y los autores expresan su agradecimiento al estudiantado, productores, autoridades y académicos que, con entusiasmo y compromiso, se han sumado a este proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

Canales García, R. A., Román Sánchez, Y., & Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México: Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>

CENTROGEO. (2016). Condiciones socioeconómicas de la región fronteriza Chiapas-Tabasco. Centro de Investigación en Geografía y Geomática. [https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/232/1/Condiciones\\_socioeconomicas\\_version\\_digital\\_2017.pdf](https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/232/1/Condiciones_socioeconomicas_version_digital_2017.pdf)

Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica de Chiapas (CEIEG). (2021). Chiapas, marginación 2020. Secretaría de Hacienda, Gobierno de Chiapas. [https://www.ceieg.chiapas.gob.mx/productos/files/MARG2020/CHIAPAS\\_MARGINACION\\_2020.pdf](https://www.ceieg.chiapas.gob.mx/productos/files/MARG2020/CHIAPAS_MARGINACION_2020.pdf)

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2022). Informe de pobreza y evaluación 2022 Chiapas. CONEVAL. [https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Documents/Informes\\_pobreza\\_evaluacion\\_2022/Chiapas.pdf](https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Documents/Informes_pobreza_evaluacion_2022/Chiapas.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2007). Marco geoestadístico del Censo Agropecuario 2007. INEGI.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021). Aspectos geográficos. INEGI. [https://inegi.org.mx/contenidos/app/areasgeograficas/resumen/resumen\\_07.pdf](https://inegi.org.mx/contenidos/app/areasgeograficas/resumen/resumen_07.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021). Comunicado de prensa 37/21: Resultados del Censo de Población y Vivienda 2020. INEGI. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/ResultCenso2020\\_Chis.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/ResultCenso2020_Chis.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2014). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, con base en el Censo Económico 2014. INEGI. <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/>

Lázaro Gutiérrez, R. (2021). Entrevistas estructuradas, semiestructuradas y libres. Análisis de contenido. En J. M. Tejero González (Ed.), *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario* (pp. 65–84). Universidad de Castilla-La Mancha.

Mora Pacheco, P. F., Aguirre Quezada, J. C., Álava Atencio, N. G., & Cordero López, J. F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, XV(30). <https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.01>

Norma Oficial Mexicana NOM-120-SSA1-1994. Bienes y servicios. Prácticas de higiene y sanidad para el proceso de alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas.

Norma Oficial Mexicana NOM-093-SSA1-1994. Bienes y servicios. Prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos.

Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados: Información comercial y sanitaria.

Peñaherrera León, M., & Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238–247.

Pronatura Sur. (2024). Chiapas: importancia de los bosques y selvas / Deforestación en Chiapas (Informe técnico). Universidad de Guadalajara. <https://pronatura-sur.org/wp-content/uploads/2024/10/Deforestacion-Chiapas.pdf>.

Sung Park, S., & Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigaciones en Ciencias Sociales*, 1(2), 291–314.



## **SECCIÓN II**

# **MANEJO DE RECURSOS NATURALES Y DESARROLLO COMUNITARIO**