

REVISTA

El Periplo Sustentable.

Universidad Autónoma del Estado
de México

www.psus.uaemex.mx

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 17

Julio / Diciembre 2009

ARTÍCULO

Título:

Un acercamiento hacia la
caracterización del mercado
potencial del aeropuerto de la
Ciudad de Toluca, Estado de
México

Autores:

María del Consuelo Méndez Sosa

(México)

Elizabeth López Carré

(México)

Fecha Recepción:

8/junio/2009

Fecha Aceptación:

30/noviembre/2009

Páginas:

55 - 71

Un acercamiento hacia la caracterización del mercado potencial del aeropuerto de la Ciudad de Toluca, Estado de México

*María del Consuelo Méndez Sosa
y Elizabeth López Carré*

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo presentar las características del mercado potencial del aeropuerto internacional de la ciudad de Toluca, México, producto del proyecto de investigación- estudio de la oferta y demanda del mismo. Para el desarrollo de este proyecto se utilizó la corriente de pensamiento positivista y como método de trabajo la investigación de mercados propuesta por Philip Kotler; se manejó un muestreo no probabilístico por cuotas, determinando un total de 850 instrumentos aplicados en las principales plazas comerciales de las ciudades de Toluca, Metepec, Distrito Federal y zona conurbada, lo que permitió identificar el perfil del mercado potencial a través de variables demográficas, socioeconómicas, de conducta hacia el producto y psicográficas.

PALABRAS CLAVE

Aeropuerto internacional, mercado potencial, Toluca, México.



Characterization of the potential market of the airport of the City of Toluca, in the State of Mexico

*María del Consuelo Méndez Sosa
& Elizabeth López Carré*

ABSTRACT

The main purpose of the present article is to present the characteristics of the potential market of the international airport in the city of Toluca, Mexico, as a product of the study of offer and demand research project of the same place. The methodology used in this article is that of market research proposed by Philip Kotler. The article managed a non-probabilistic sampling by judgment, determining a total of 850 applied instruments in the main malls of the cities of Toluca, Metepec, and Mexico City and metropolitan area. This allowed identifying the profile of the potential market through different variables such as demographic, socioeconomic, and behavioral towards the product as well as psychographical ones.

KEY WORDS

International airport, potential market, Toluca, Mexico.

JOURNAL

El Periplo Sustentable.

Universidad Autónoma del Estado
de México

www.psus.uaemex.mx

ISSN: 1870-9036

Bi-Annual Publication

Number: 17

July / December 2009

ARTICLE

Title:

Characterization of the potential
market of the airport of the City of
Toluca, in the State of Mexico

Authors:

María del Consuelo Méndez Sosa
(Mexico)

Elizabeth López Carré
(Mexico)

Receipt:

june/08/2009

Acceptance:

november/30/2009

Pages:

55 - 71



INTRODUCCIÓN

En los últimos años la Ciudad de Toluca ha evidenciado un crecimiento económico importante, la zona industrial que alberga empresas nacionales y extranjeras dedicadas a la industria de la transformación, de alimentos, químicos, textiles, etc. sin duda constituye el principal elemento generador de desplazamiento y movimiento de visitantes a la ciudad y, por ende, hacen uso de las instalaciones del ahora Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Toluca, el cual se proyecta para ocupar el cuarto lugar a nivel nacional entre las terminales aéreas a las que llegan y salen más personas; aunado a esto, la descentralización de vuelos de la Ciudad de México, la llegada de líneas aéreas de bajo costo y el incremento de infraestructura hotelera con marcas internacionales, han dejado claro el substancial crecimiento de la oferta y la demanda.

Los resultados derivados de la ampliación y modernización del aeropuerto internacional de la Ciudad de Toluca determinarán la conformación del transporte aéreo en los próximos años, la capacidad instalada en 2003 le permitía sólo dar servicio hasta 100 pasajeros en hora crítica y hoy con la ampliación puede recibir más de 1,500. El progreso de este aeropuerto ha traído consigo un significativo desarrollo urbano, la zona conurbada al propio aeropuerto ha sido la principal beneficiada con la llegada de centros comerciales, el mejoramiento de accesos, vialidades y servicios en general.

Es importante señalar que la unión de los sectores como la federación, el gobierno local y la iniciativa privada, han asumido el compromiso no sólo de equipar y acondicionar las obras, sino de llevar a este aeropuerto en los próximos ocho años a alcanzar la capacidad para atender nueve millones de pasajeros anuales contando así con un aeropuerto que sea componente vital para el desarrollo económico, social, y cultural del Estado de México.

María del Consuelo Méndez Sosa

*Maestra en Comercio
Internacional*

Licenciada en Turismo

*Profesora de Tiempo Completo
de la Facultad de Turismo y
Gastronomía, UAEM.*

Áreas: Economía y Turismo

cmendezsosa@hotmail.com

Elizabeth López Carré

Maestra en Administración

Licenciada en Turismo

*Profesora de Tiempo Completo
de la Facultad de Turismo y
Gastronomía, UAEM.*

*Áreas: Administración,
Marketing y Turismo*

delfos311@hotmail.com

Sin embargo, a la fecha no se cuenta con estudios formales que generen información relevante que permita identificar el mercado potencial¹ que lleve a las empresas a tomar decisiones respecto al rumbo que deben seguir sus organizaciones, a partir de identificar segmentos o nichos de mercado, de seleccionar el mercado meta, de enfocar los esfuerzos de mercadotecnia del negocio para lograr un mejor desempeño. Con este proyecto se pretende iniciar esta valiosa tarea y proporcionar, a quienes sea de utilidad, un acercamiento interesante al comportamiento de la demanda, así como una proyección a corto plazo que permita a quienes dirigen, diseñar e implantar estrategias dirigidas al crecimiento y desarrollo del aeropuerto alcanzando con ello un un mejor nivel de vida y beneficios para la sociedad.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó la corriente de pensamiento positivista, misma que permitió observar la realidad existente, es decir, el crecimiento que tiene el Aeropuerto Internacional de Toluca y con ello identificar la proyección que tiene a corto plazo de convertirse en uno de los más importantes de México, lo cual condujo a identificar ese mercado que puede estar captando el Aeropuerto; por otro lado se utilizó como método de trabajo la investigación de mercados propuesta por Philip Kotler, que consta de las siguientes etapas: 1) definición del problema y de los objetivos de investigación, 2) desarrollo del plan de investigación, 3) implementación del plan de investigación, e 4) interpretación y reporte de los hallazgos. Se utilizó un muestreo no probabilístico por cuotas, determinando un total de 850 instrumentos.

Las fases de la metodología se resumen de la siguiente manera:

Primera fase: Se recopiló e integró información sobre el objeto de estudio (Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Toluca) en fuentes secundarias, esto se realizó a través de visitas a bibliotecas, centros de documentación,

Secretaría de Turismo, Administradora Mexiquense del Aeropuerto Internacional de Toluca (AMAIT) y el propio sitio.

Segunda fase: Se aplicaron encuestas con la finalidad de conocer la procedencia, edad, ocupación, gasto, forma de viaje, frecuencia de viaje, forma de uso, motivo de viaje y medio de comunicación del mercado potencial.

Tercera fase: se analizaron e interpretaron los resultados.

ANTECEDENTES

En los últimos años, el turismo en el mundo ha crecido a tasas superiores que el crecimiento de la economía en su conjunto. Esta característica coloca a las actividades relacionadas con las diferentes prácticas turísticas y los servicios que implica en una situación de auge económico, en virtud de que para muchos países, o regiones dentro de ellos, se convierte en una de sus principales actividades económicas.

Durante la segunda mitad del siglo pasado, y en lo que va del siglo XXI, el turismo se ha convertido en un fenómeno económico, social y ambiental destacable. (Programa Sectorial de Turismo 2007-2012).

En este sentido a la actividad turística se le ha caracterizado por su gran complejidad, no solo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida) en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial (OMT, 1998).

El turismo repercute considerablemente en la economía de los países y regiones en los que se desarrolla, aunque su importancia tiene distinta intensidad según sea el dinamismo y la diversificación de dicha economía. La economía en cuestión puede ser la propia de un país desarrollado o de un país en vías de desarrollo, puede estar basada en varias industrias o en una sola, por lo que el turismo puede representar una opción importante para la misma o ser completamente irrelevante. Estas características determinarán el grado de participación local y de las inversiones en el desarrollo de la actividad turística, así como los beneficios y costes que se derivan de la misma.

Los países en vías de desarrollo se caracterizan normalmente por bajos niveles de renta repartida muy desigualmente, altos índices de desempleo, bajo desarrollo industrial frenado fundamentalmente por la escasa demanda nacional de bienes de consumo, una gran dependencia

de la agricultura para las exportaciones y alta participación extranjera en la propiedad de empresas manufactureras y de servicios. Por todo ello, la rápida inyección de ingresos que supone el gasto turístico y las inversiones extranjeras tiene en esos países efectos más significativos que en los países desarrollados (generalmente con economías más diversificadas), aportando las divisas necesarias para impulsar el desarrollo económico.

Pero además, los defensores del desarrollo de la actividad turística argumentan que no sólo aporta divisas, sino que también alivia los problemas del desempleo, a largo plazo, puede suministrar un sustituto de exportaciones tradicionales, cuyo fruto es más inseguro que el del turismo. Se puede considerar al turismo internacional como una actividad de exportación invisible de bienes y servicios turísticos por parte del país receptor de turistas y visitantes, con la particularidad de que éstos efectúan el consumo de dichos bienes y servicios en el propio país receptor. Análogamente, el turismo nacional podría considerarse como una exportación pero entre distintas regiones de un mismo país.

Cabe destacar la gran ventaja que supone el turismo para un país, en su condición de exportador invisible (receptor de turistas), ya que, entre otras cosas, puede controlar y manipular los precios turísticos con un gran margen de maniobra, y así incentivar las llegadas internacionales e influir en el aumento de los beneficios.

Al pasar los años, el turismo ha sido elogiado por los beneficios económicos que aporta con su desarrollo, pero por otro lado, no hay que olvidar que también está asociado con una serie de costes para el destino en el que tiene lugar.

En este sentido, el intercambio comercial e industrial que ha tenido México en los últimos años, así como el aumento de la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, han sido principalmente las causas del incesante incremento de la aeronavegación y de la demanda cada vez mayor de este servicio. Debido a lo anterior, algunas terminales aéreas localizadas en ciudades estratégicas, presentan un serio problema de congestiónamiento aéreo, tal es el caso del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

Ante tal problema, fue necesaria la creación de un aeropuerto en la Ciudad de Toluca, éste fue un proyecto que comenzó en 1977, durante la administración del Dr. Jorge Jiménez Cantú y se debió entre otras cosas a la apertura del parque industrial de Atlacomulco y del valle de Toluca-Lerma. El aeropuerto inicia sus operaciones a finales de 1978, con el nombre de aeropuerto "José María Morelos y Pavón".

Al proyecto de internacionalización del aeropuerto hay que sumarle la construcción de parques industriales como Exportec y el Cerrillo de este modo se ve al aeropuerto como medio para enviar sus productos al mercado exterior.

Así mismo, se buscó la llegada de aerolíneas comerciales de pasajeros; y es en 1984 cuando se realiza el primer vuelo Toluca-Acapulco-Monterrey por Aeromexico, en 1985 se inician vuelos a Tijuana, Guadalajara y Guaymas.

Es el 10 de septiembre de 1985 cuando se publica en el Diario oficial de la Federación el decreto de internacionalización del aeropuerto de la Ciudad de Toluca. Sin embargo, no funcionó como se esperaba (Gaceta del Gobierno, 2003).

En 1991, el gobierno del Estado de México formalizó con la Federación la transferencia del Aeropuerto Internacional de Toluca, canalizando hacia él, en una primera etapa, a la aviación ejecutiva (aviones particulares y taxis aéreos) y a la oficial.

A pesar de todos los esfuerzos realizados, no se cumplieron los objetivos planteados, en primer lugar por la falta de demanda de pasajeros en vuelos comerciales; los riesgos que se corrían al despegar y aterrizar las aeronaves, sobre todo por la altura y cuestiones climatológicas; falta de infraestructura; situaciones políticas y económicas principalmente.

Hace tres años el Gobierno Federal tomó una importante decisión con relación a la industria aeroportuaria, decisión que había sido pospuesta por más de 20 años por diversas razones

económicas o políticas; la disyuntiva de qué hacer para atender la demanda del problema del centro del país en lo que se refiere a servicios aeroportuarios (Velasco,2006).

Ante todos estos problemas se crea el Sistema Metropolitano de Aeropuertos, quien contemplaba la ampliación del aeropuerto central y desconcentrar operaciones a una serie de aeropuertos periféricos en ciudades cercanas a la capital del país; en su visión, este modelo no sólo pensó en la modernización de la infraestructura aeroportuaria ya instalada en Toluca, Puebla, Cuernavaca y Querétaro, sino con ello impulsar la descentralización de las oportunidades y del desarrollo. Es en el Aeropuerto Internacional de Toluca donde este sistema encuentra su primer eslabón. El Aeropuerto Internacional de Toluca se ha convertido en base operativa de dos nuevas aerolíneas de alta eficiencia y da servicio a otras cinco que han apostado ya por este aeropuerto.

A pesar de registrar un incremento explosivo en número de usuarios y de operaciones, la infraestructura y los servicios con que cuenta el Aeropuerto Internacional de Toluca son insuficientes para atender a las 6 mil 800 personas, en promedio, que utilizan sus instalaciones todos los días. Actualmente, esta terminal aérea realiza alrededor de 130 operaciones comerciales al día, cifra que lo coloca en la lista de las primeras cinco del país, respecto a sus operaciones y número de pasajeros trasladados.

El crecimiento de la terminal aérea se ha dado en los últimos 20 meses, considerando que en marzo del 2005 únicamente registraba un promedio 70 operaciones al día, ninguna de ellas comercial, de pequeñas aeronaves privadas y vuelos de carga.

Esto se debe a que en el aeropuerto de Toluca han establecido su base de operaciones aerolíneas de bajo costo como Volaris e Interjet con vuelos a las principales ciudades fronterizas del norte del país, así como Veracruz, Monterrey, Cancún, Los Cabos, entre otros; Continental Air Lines, con destino a Houston y recientemente llegó Aeromexico con vuelos a las Ciudades de Monterrey y Guadalajara. Anualmente se reciben alrededor de 8 millones de pasajeros, y el objetivo es recibir hasta 24 millones por año (AMAIT, 2009).

En los últimos dos años y medio se construyó la pista de aterrizaje (la más larga del país), el edificio terminal (28,300 m. cuadrados), estacionamiento para más de 2000 vehículos, equipos y sistemas de seguridad, espacios para operaciones y salas de espera; mientras que en el exterior se realizaron obras de ampliación a cuatro carriles de la avenida Boulevard Aeropuerto y la edificación de puentes que comunicarán de forma directa las avenidas Paseo Tollocan y Boulevard Aeropuerto.

PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de campo se llevó a cabo en las plazas comerciales de las ciudades de Toluca, Metepec, Distrito Federal y zona conurbada, considerando la cercanía con el propio aeropuerto, las facilidades de transporte terrestre que existen, el tipo de gente que acude a estos centros, el poder adquisitivo de las mismas, entre otras. El tipo de muestreo que se seleccionó fue el no probabilístico por cuotas², aplicándose una cuota de 100 instrumentos en cuatro de las diez plazas comerciales seleccionadas y 75 en las seis restantes; esta distribución se realizó conforme al tamaño y a la afluencia. El total de instrumentos aplicados fueron 850 en el periodo comprendido de febrero a mayo de 2008; cabe destacar que la muestra fue seleccionada en función del interés de utilizar el aeropuerto.

Variables demográficas:

Respecto al sexo del mercado potencial encontramos que el 57% son hombres y el 43% mujeres; de los cuales el 53% son casados, un 43% solteros y el 4% divorciados; respecto a la edad el 43% tiene entre 25 y 34 años; el 34% de 35 a 49 años; el 15% de 15 a 24 y el 8% 50 años o más. Esto indica que la gente que viaja está en edad productiva.

Variables socioeconómicas:

En cuanto al nivel de escolaridad los resultados indican que el 61% tiene licenciatura; el 24% tiene estudios de preparatoria, un 8% posgrado; 3% ningún tipo de estudio y el 4% restante tiene secundaria, primaria, carrera comercial o técnica.

Con respecto a la ocupación de los encuestados encontramos que el 29% son empleados, un 11% estudiantes, el 7% comerciantes; amas de casa, servidores públicos y profesores un 6% respectivamente, ingenieros un 4%, abogados el 3%, empresarios, médicos y arquitectos el 2% cada uno.

A los encuestados se les preguntó el tipo de institución u organización donde trabaja: el 43% respondió laborar en empresas privadas; el 22% en gobierno; el 18% en ningún tipo de organización

y el 17% tiene su negocio propio. En general, en las empresas privadas encontramos mejores remuneraciones y tal vez ese sea uno de los motivos que les permite viajar.

Y finalmente, un rubro siempre delicado es la parte del salario y en este caso nos contestaron que ganan menos de \$6,000.00 el 14%; de \$6,000.00 a \$9,000.00 el 22%; de \$9,001.00 a \$12,000.00 un 19% ; de \$12,001.00 a \$15,000.00 el 14%; de \$15,001.00 a \$18,000.00 el 15% y más de \$18,000.00 el 16%. En promedio la percepción que tiene es de \$7,500.00.

Variables de conducta hacia el producto:

Fue interesante saber a través de qué medios se enteró el mercado de la existencia del aeropuerto, un 32% a través de comentarios; 16% por la T.V.; 12% otros medios; el 11% periódico y revistas, 10% por radio e internet respectivamente y 9% por espectaculares. Se identifica que el medio que ha mantenido informado a la gente de la existencia de este aeropuerto es por comentarios.

Indicaron también que las características que buscan en el aeropuerto son: precio, cercanía, seguridad, y servicio. Encontramos que la mayor frecuencia de respuestas es referente al precio y es precisamente una de las características del aeropuerto de Toluca, el contar con líneas de bajo costo. Las preferencias que tiene el mercado sobre las líneas aéreas por las que le gustaría volar desde la Ciudad de Toluca, son: Volaris fue la más citada con un 69% seguida por Interjet con un 24%; un 2% por Continental, Alma el 1% y otras el 4%. Lo anterior pone de manifiesto que los encuestados prefieren la aerolínea Volaris lo que indica que es una de las más posicionadas y conocidas al igual que Interjet.

Siempre es importante identificar con quien viaja la gente, en este caso el 45% de los encuestados viaja con la familia; el 33% viaja solo; un 22% con compañeros de trabajo y, amigos. Relacionado a esto, un 25% indicó que su grupo de viaje está conformado por tres personas; el 24% de cuatro; el 20% una persona; el 16% con dos, el 11% con cinco y un 4% con más de cinco. Lo indicado corrobora que muchos de ellos viajan en familia.

Variables psicográficas:

En cuanto a los destinos a los que volarían, en primera instancia están los de sol y playa (Acapulco, Cancún, los Cabos) con un 47%; ciudades de negocios (Guadalajara y Monterrey) el 26%; ciudades fronterizas (Ciudad Juárez, Hermosillo y Tijuana) el 12%; ciudades típicas (Aguascalientes, Campeche, Mérida) un 11%; y el 4% restante a destinos en el extranjero (Houston).

Entre los principales motivos de viaje identificados son: el 38% por motivo de negocios y trabajo; el 31% descanso o placer; el 25% por visitar a familiares y amigos; y el resto por cuestiones académicas, congreso o convención, salud y compras.

El perfil del mercado potencial queda de la siguiente manera:

Característica	Resultado
Sexo	Masculino
Edad	25 a 34 años
Estado civil	Casado
Escolaridad	Licenciatura
Ingreso mensual	Entre \$6,000.00 y \$12,000.00
Empresa donde labora	Sector privado
Ocupación	Empleados, estudiantes y comerciantes
Acompañantes	Familia
No. de integrantes	Tres o cuatro integrantes
Motivaciones	Negocio o trabajo y placer o descanso
Destinos	Ciudades de negocio y destinos de sol y playa

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta que la información es un insumo indispensable para la proyección de actividades: saber quiénes viajan, cómo lo hacen, cuáles son sus preferencias y gustos, son algunos de los factores determinantes para la toma de decisiones dentro de la actividad turística que fundamentan el análisis de los componentes que afectan a las motivaciones del mercado y a la experiencia personal del visitante, de ahí que la caracterización del mercado potencial del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Toluca es una herramienta necesaria para la creación, adaptación e innovación de servicios, dado que sienta las bases para conocerlo y dirigir los esfuerzos a segmentos específicos.

Es importante destacar que las tres principales motivaciones que promueven el uso del Aeropuerto de la Ciudad de Toluca son: negocios o trabajo; descanso o placer y visitar a familiares y amigos; motivos que pueden servir de base para la integración de segmentos.

Se puede destacar que existe una gran relación entre las variables demográficas, principalmente sexo, edad y estado civil, con los motivos de viaje, destino seleccionado y línea aérea de preferencia, considerando que el grupo masculino es el más representativo de la encuesta, cuya edad promedio oscila entre los 25 y 34 años, siendo en su mayoría casados, utilizando los servicios del aeropuerto para desplazarse principalmente por motivos de negocio y placer, con base a sus necesidades el mercado selecciona los destinos, obteniendo como resultados en la encuesta ciudades de negocio y destinos de sol y playa, cuya cobertura está a cargo de dos de las líneas más representativas del aeropuerto como son Volaris e Intejet. En resumen, para esta investigación, se corrobora la estrecha relación que existe entre las variables demográficas del mercado potencial con el motivo de viaje y los destinos seleccionados.

La variable socioeconómica ocupación se relaciona con el motivo y el destino seleccionado, considerando que empleados, comerciantes y empresarios manifiestan como principal motivo el negocio, seleccionando ciudades de negocio, mientras que el grupo de estudiantes, amas de casa y profesores, principalmente viajan por motivos de placer y académicos a destinos de sol y playa. La metodología de investigación de mercados que se tomó como base es flexible, sistemática y objetiva. Permite la obtención oportuna de información.

BIBLIOGRAFÍA

- Administradora Mexiquense del Aeropuerto Internacional de Toluca (AMAIT) (2009), Toluca, México.
- Cárdenas Tabares, Fabio (1996) Mercadotecnia y productividad turística. Trillas, México.
- Gaceta del Gobierno (2003) No. 27 Tomo CLXXV, Toluca, México.
- Kinnear, Thomas (2004) Investigación de Mercados. 5ª. Ed. McGraw Hill, México
- Kotler, Philip (2004) Marketing para turismo, Prentice Hall, México.
- Organización Mundial del Turismo (1998) Introducción al turismo. OMT, España.
- Organización Mundial del Turismo (2001) Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. OMT, España.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Aeropuertos y Servicios Auxiliares (2006) www.asa.gob.mx/work/sites/webasa/resources/LocalContent/870/9/ErnestoVelascolInauguración2aEtAmpToluca.doc
- Secretaría de Turismo (2007) Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 SECTUR, México.

NOTAS

¹ Cárdenas señala que la demanda potencial es la que se puede captar por encima de la demanda futura. Se trata de turistas que nunca han visitado un lugar, pero que mediante un plan de mercadotecnia pueden convertirse en demanda real.

² Según la OMT en el muestreo por cuotas, el entrevistador debe realizar una parte de las entrevistas (la cuota) de acuerdo con las características determinadas de la muestra, mientras que el resto la selecciona libremente.



FICHA BIBLIOGRÁFICA:

Méndez-Sosa, M. C. y López-Carré, E. Un acercamiento hacia la
caracterización del mercado potencial del aeropuerto de la
Ciudad de Toluca, Estado de México.

El Periplo Sustentable. México:
Universidad Autónoma del Estado de México,
julio/diciembre 2008, núm. 17

<http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo17/articulo_03.pdf>.

[ISSN: 1870-9036].