



In Memoria.
Investigación y Desarrollo en
Ciencias Administrativas

Octubre 2023 Año 9 No. 25

RESERVA 04-2015-070911361400-203

<http://colpamex.com/revista-in-memoria/>

ISSN: 2992-748X



Jóvenes Promesas Menores de 30 Internacionai





In Memoria.

Investigación y Desarrollo en
Ciencias Administrativas

Octubre 2023

Año 9 No. 25

RESERVA 04-2015-070911361400-203

<http://colpamex.com/revista-in-memoria/>

Revista de difusión vía red de cómputo

ISSN: 2992-748X

Comité Editorial:

Dr. Francisco Javier Moyado Bahena

Dra. Ruby A. González Ascencio

Dra. María Elena Quero Corzo

M.A. Alma Cecilia Juárez García

Dr. Juan Danilo Díaz Ruíz

Dr. Heberto Romeo Priego Álvarez

M.A. Lucía Beltrán Castillo

In Memoria. Investigación y Desarrollo en Ciencias Administrativas. Año 9, No. 25, octubre del 2023, es una publicación cuatrimestral editada por el COLEGIO DE POSGRADUADOS EN ADMINISTRACIÓN DE LA REPÚBLICA MEXICANA, ASOCIACIÓN CIVIL, calle de Durango No. 245-402. Colonia Roma, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, Distrito Federal, Teléfono: 55 37 63 78 09, www.colpamex.com, congresocolpamex@hotmail.com, Editor responsable: Dr. Francisco Javier Moyado Bahena, Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2015-070911361400-203, ISSN: 2992-748X ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número Dr. Francisco Javier Moyado Bahena, calle de Durango No. 245-402. Colonia Roma, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06700, Ciudad de México, Fecha de última modificación: 10 de octubre del 2023. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

In Memoria es una publicación financiada y editada desde el año 2015 por el COLPAREMEX, A.C. Publica artículos en español, inglés y portugués sobre temas relacionados con las Ciencias de la Administración y Ciencias relacionadas a Administración en formato de editoriales, ensayos, artículos de revisión y originales (productos de investigación científica). La revista de libre acceso y no cobra a los autores por envío o publicación. El proceso de arbitraje se realiza por medio de un doble ciego.

Presentación

En ediciones anteriores se mencionaba que puede “*llegar a resultar desalentador el ver que el entorno se presenta árido en mecanismos relativos al impulso y difusión de los jóvenes*”. Esta condición sigue siendo una constante por lo que el programa de *Jóvenes Promesas* adquiere un carácter crítico.

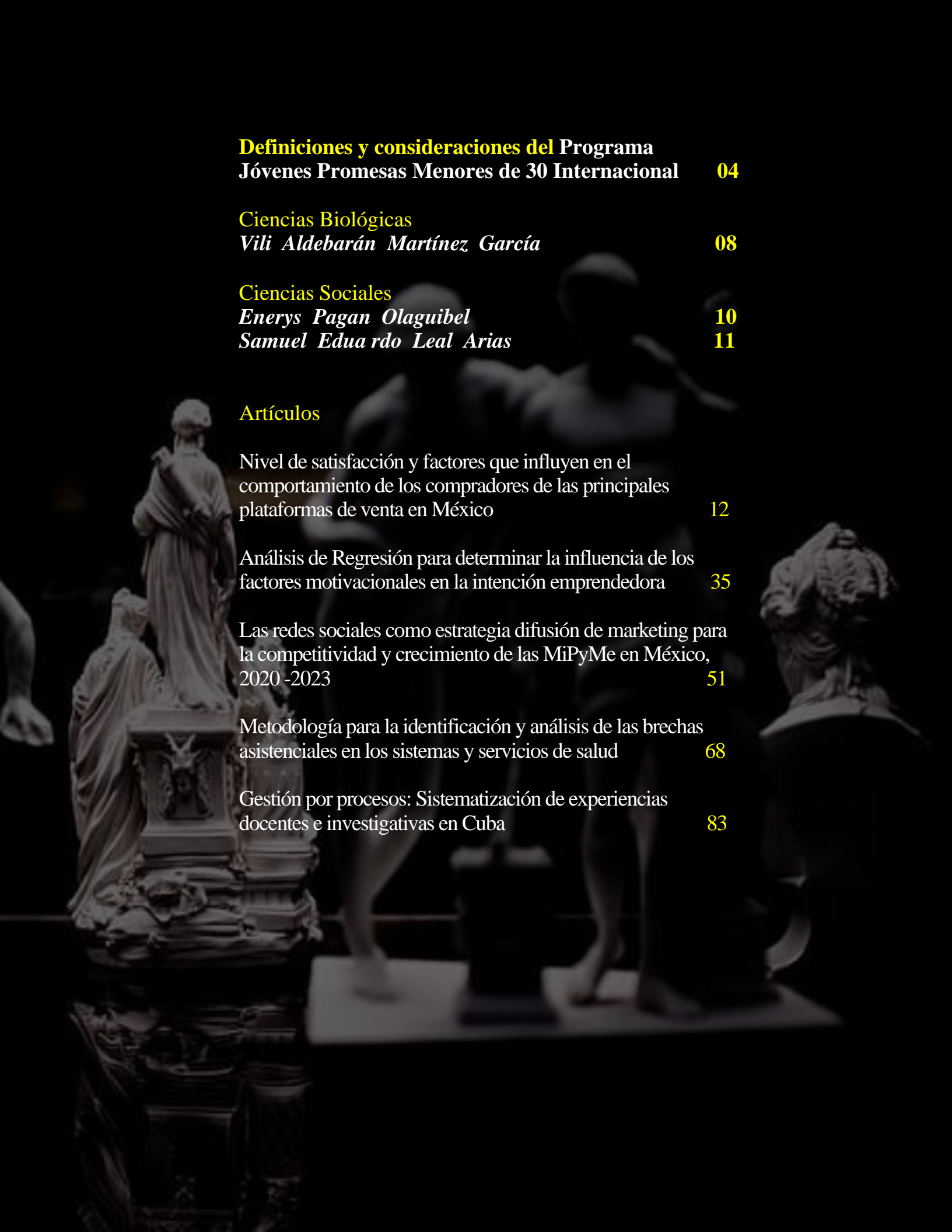
Acorde al espíritu científico del COLPARMEX, dos características esenciales continúan siendo los ejes rectores de este programa:

- a) Ser de carácter internacional;
- b) Contar con una metodología sólida que brinde parámetros concisos sobre cómo son evaluados los expedientes que se reciben.

El reconocimiento que se brinda es el de ser parte de esta edición especial que reúne a los mejores perfiles de quienes han participado en la convocatoria y, que en este número en particular se ha decidido por presentar al perfil más elevado de cada país.

Reciban nuestra felicitación aquellos que forman parte de esta edición especial y les auguramos un futuro prometedor si continúan con el impulso que los ha traído hasta este punto. El Editor.

Investigación y Desarrollo para el Progreso de México.



Definiciones y consideraciones del Programa
Jóvenes Promesas Menores de 30 Internacional **04**

Ciencias Biológicas
Vili Aldebarán Martínez García **08**

Ciencias Sociales
Enerys Pagan Olaguibel **10**
Samuel Eduardo Leal Arias **11**

Artículos

Nivel de satisfacción y factores que influyen en el comportamiento de los compradores de las principales plataformas de venta en México **12**

Análisis de Regresión para determinar la influencia de los factores motivacionales en la intención emprendedora **35**

Las redes sociales como estrategia difusión de marketing para la competitividad y crecimiento de las MiPyMe en México, 2020 -2023 **51**

Metodología para la identificación y análisis de las brechas asistenciales en los sistemas y servicios de salud **68**

Gestión por procesos: Sistematización de experiencias docentes e investigativas en Cuba **83**

Definiciones y consideraciones:

Ciertamente, resulta difícil el poder evaluar a jóvenes prominentes en diferentes campos del conocimiento, para lograr este propósito se han considerado las siguientes definiciones y consideraciones.

Ha participado en libros:

- a) Como autor;
- b) Como coautor.

Considerando el concepto de la UNESCO (2019) “Se entiende por libro una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de cubierta, editada en el país y puesta a disposición del público”, (en todos los casos se excluyen memorias de congresos o editoriales que publican sin rigor las tesis de maestría o doctorado como libro).

Ha participado en revistas indexadas:

- a) Como autor;
- b) Como coautor.

Considerando a EcuRed (2019) tenemos que “Una revista indexada es una publicación periódica de investigación que denota alta calidad y ha sido listada en alguna base de datos de consulta mundial, lo que habitualmente trae aparejado que la revista tenga un elevado factor de impacto.”

Es importante que el candidato aparezca como primer autor o autor para correspondencia para ser considerado como autor, en caso de que no haya mención específica en el artículo será considerado como coautor.

Ha participado en revistas de difusión:

- a) Como autor;
- b) Como coautor.

En este rubro se consideran los artículos publicados en revistas que, si bien no se encuentran incluidas en un índice, si cuentan con un comité editorial y reglas de publicación sólidos y que cuenten con circulación ya sea nacional o internacional descontando gacetas o revistas de circulación acotada a alguna institución en particular. Es importante que el candidato aparezca como primer autor o autor para correspondencia para ser considerado como autor, en caso de que no haya mención específica en el artículo será considerado como coautor.

Ha participado en revistas de divulgación:

- a) Como autor;
- b) Como coautor.

En este rubro se consideran los artículos publicados en revistas cuyo objetivo es el divulgar la ciencia y que cuenten con un comité editorial y reglas de publicación solidas. Aplican las reglas antes mencionadas para ser considerado autor.

Ha participado en estancias de investigación en:

- a) Su país;
- b) En el extranjero.

Considerando el concepto de la Dirección General de Cooperación e Internacionalización de la UNAM (DGEI, 2018) se conceptualiza a la Estancia de Investigación como: “Es un periodo durante el cual se realizan actividades de investigación en una institución distinta a la de origen.”

**Ha participado en:
Veranos de ciencia**

Para esta convocatoria se conceptualiza al verano de ciencia aquel que tiene como objetivo fomentar el interés de los participantes por la actividad científica en cualquiera de sus áreas, considerando que al participante se les permite ingresar a prestigiados centros e instituciones de investigación bajo la supervisión y guía de investigadores por un tiempo previamente acordado.

Ha brindado conferencias:
a) En su país;
b) En el extranjero

En este rubro se incluirán las disertaciones realizadas sobre temas científicos (en cualquier campo) en instituciones de prestigio en el marco de eventos educativos, científicos, empresariales (no se consideran las realizadas en las instituciones educativas a las que pertenezca el candidato). Es importante que el candidato sea quien haya dictado la conferencia.

Ha brindado talleres y/o cursos:
a) En su país;
b) En el extranjero.

En este rubro se incluirán los cursos o talleres realizados sobre temas científicos (en cualquier campo) en instituciones de prestigio en el marco de eventos educativos, científicos, empresariales (no se consideran las realizadas en las instituciones educativas a las que pertenezca el candidato). Es importante que el candidato sea quien haya impartido el curso o taller o forme parte del equipo que lo realizó.

Ha recibido premios:
a) Internacionales
b) Nacionales
c) Estatales

Haber recibido un premio o reconocimiento por parte de instituciones de prestigio. No se consideran reconocimientos de la propia institución en la que labora o por parte de organismos que carecen de rigor científico como las exposiciones o ferias de ciencia.

Equipos de investigación:
a) Ha sido parte;
b) Ha dirigido.

Para esta convocatoria se considera a un equipo de investigación como la unidad conformada por personal investigador con líneas de trabajo establecidas (ya sean disciplinario, interdisciplinario o multidisciplinario) e intereses comunes, donde se realizan actividades de investigación, desarrollo e innovación. Para el caso de haber dirigido equipos de investigación se solicita documentación que lo especifique o en el caso de haber sido parte, documentación donde se mencione que formó parte del grupo.

Domina dos o más idiomas	Para este rubro se considera que domine en grado avanzado un idioma además de su lengua materna.
Cuenta con patentes	Para este rubro se considera las patentes que a la fecha de la postulación ya cuente con la documentación que le acredite la misma.
Cuenta con experiencia profesional	Se requiere el contar con evidencia escrita de la experiencia que refiera el candidato en papel membretado y firmado por el responsable de la unidad donde se desempeñe.
Ha sido citado por otros investigadores	Se requiere el contar con evidencia de haber sido citado.
Ha participado en la organización de congresos o eventos académicos	Se requiere evidencia de que ha participado en la organización de congresos o eventos académicos en instituciones de prestigio.

Referencias:

EcuRed. (2019). *Indexación de revistas*. Obtenido de

https://www.ecured.cu/Indexaci%C3%B3n_de_revistas

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2019).

Recomendación sobre la Normalización internacional de las Estadísticas relativas a la

Edición de Libros y Publicaciones Periódicas. Obtenido de Instrumentos Normativos:

<http://portal.unesco.org/es/ev.php->

[URL_ID=13068&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13068&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Universidad Nacional Autónoma de México. (2018). *Estancias de investigación*. Obtenido de

Dirección General de Cooperación e Internacionalización (DGEI):

[https://www.unaminternacional.unam.mx/es/alumno/licenciatura/movilidad-al-](https://www.unaminternacional.unam.mx/es/alumno/licenciatura/movilidad-al-extranjero/investigacion)

[extranjero/investigacion](https://www.unaminternacional.unam.mx/es/alumno/licenciatura/movilidad-al-extranjero/investigacion)

Ciencias Biológicas



Vili Aldebarán Martínez García



País: México
Edad: 21
Institución educativa:
UnADM. Biotecnología
Universidad Marista
Doctorado en Bioeconomía
Pesquera y Acuicola



Vili, es Licenciado en administración, Maestro en Psicología organizacional, actualmente se encuentra estudiando el Doctorado en Bioeconomía acuícola y pesquera, así como la ingeniería en Biotecnología. Conferencista e instructor internacional. Galardonado a nivel internacional, autor de artículos, 7 indexados, 12 digitales. Autor de 12 libros, 10 con ISBN, varios de ellos traducidos al inglés y portugués. Cuenta con 63 citas en Google Académico, 3 con índice h y 2 con índice i10. Recipiendario de la Catedra Internacional Galileo. Galardonado con la medalla de plata Galileo. Ha realizado una estancia en el CENIBiot, Costa Rica, estudios de Microscopia en la UNAM. Astronauta análogo con rango de comandante (rango logrado a los 20 años).

Ha participado en:

Libros	● Autor	Coautor
Revistas indexadas	● Autor	Coautor
Revistas de difusión	● Autor	Coautor
Revistas de divulgación	● Autor	Coautor

Ha dictado Conferencias:

- En el extranjero
- En su país

Ha brindado talleres y/o cursos:

- En el extranjero
- En su país

Estancias de investigación:

- En el extranjero
- En su país

Ha recibido premios:

- Internacionales
- Nacionales
- Estatales

Veranos de ciencia

● Domina dos o más idiomas

Equipos de investigación:

- Ha sido parte
- Ha dirigido

Cuenta con patentes

- Ha participado en la organización de congresos o eventos académicos

- Cuenta con experiencia profesional

- Ha sido citado por otros investigadores



Ciencias Sociales

Enerys Pagan Olaguíbel



País: **Puerto Rico**

Edad: **24**

Institución educativa:
**Universidad Politécnica
de Puerto Rico**



Enerys es fundadora y Presidenta de la ONG Jóvenes Científicos por Puerto Rico. Tallerista de diferentes disciplinas científicas. Conferencista a nivel local e internacional. Coautora en libros de divulgación científica. Su trabajo de divulgación científica ha recibido importantes reconocimientos en Puerto Rico y en el extranjero.

Ha participado en:

Libros

Revistas indexadas

Revistas de difusión

Revistas de divulgación

Autor Coautor

Autor Coautor

Autor Coautor

Autor Coautor

Ha dictado Conferencias:

En el extranjero

En su país

Ha brindado talleres y/o cursos:

En el extranjero

En su país

Estancias de investigación:

En el extranjero

En su país

Ha recibido premios:

Internacionales

Nacionales

Estatales

Veranos de ciencia

Equipos de investigación:

Ha sido parte

Ha dirigido

Domina dos o más idiomas

Cuenta con patentes

Ha participado en la organización de congresos o eventos académicos

Cuenta con experiencia profesional

Ha sido citado por otros investigadores

Samuel Eduardo Leal Arias



País: **Colombia**

Edad: **26**

Institución educativa:

I.E.D. Quinto Centenario – Fe y Alegría

Samuel, es Lic. en Arte, Folklore y Cultura es docente de Artística en la I.E.D. Quinto Centenario, ponente, conferencista y evaluador a nivel nacional e internacional, integrante de CIOFF Joven Colombia y de Enseña por Colombia. Reconocido como Joven Promesa menor de 30 en 2020, 2021 y 2022.

Ha participado en:

Libros

Autor

Coautor

Revistas indexadas

Autor

Coautor

Revistas de difusión

● Autor

Coautor

Revistas de divulgación

● Autor

● Coautor

Estancias de investigación:

En el extranjero

En su país

Veranos de ciencia

Equipos de investigación:

● Ha sido parte

Ha dirigido

● Ha participado en la organización de congresos o eventos académicos

Ha dictado Conferencias:

● En el extranjero

● En su país

Ha brindado talleres y/o cursos:

En el extranjero

En su país

Ha recibido premios:

● Internacionales

● Nacionales

● Estatales

Domina dos o más idiomas

Cuenta con patentes

● Cuenta con experiencia profesional

Ha sido citado por otros investigadores

**Nivel de satisfacción y factores que influyen en el comportamiento de los
compradores de las principales plataformas de venta en México**

**Satisfaction level and factors that influence buyer behavior of main
selling platforms in Mexico**

Ana María Paredes Arriaga

ORCID: 0000-0002-1123-9725

Universidad Autónoma Metropolitana

Luis Fernando Muñoz González

ORCID: 0000-0001-5513-0732

Universidad Autónoma Metropolitana

Autor de correspondencia:

anamarparedes2000@yahoo.com.mx

Resumen

En México, las ventas en línea han mostrado una tendencia ascendente en los últimos años. El presente estudio tuvo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de las dos principales tiendas de venta en línea (Mercado Libre, Amazon), así como la importancia de los factores que influyen en su comportamiento de compra; tomando como marco conceptual el enfoque agregado de la satisfacción y el modelo de Bucko et al. (2018) en cuanto a los factores de influencia. Con este fin se diseñó un estudio *ex post facto*, de carácter cuantitativo, transversal. La información se obtuvo mediante un cuestionario aplicado en línea a un total de 698 usuarios, hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad, que realizaban compras en internet y que vivían en la Ciudad de México y Zona Metropolitana. Entre los hallazgos principales se encuentra el que los usuarios de ambas plataformas están satisfechos, superando el servicio sus expectativas en forma global; detectándose como área de oportunidad el mejorar la confiabilidad, en el sentido de que no se presentarán problemas con las compras. Los factores de influencia de mayor importancia son la descripción y la inclusión de imágenes del producto, las condiciones de compra y envío; y la seguridad. En conclusión, esta modalidad de venta se está convirtiendo en una opción real, de carácter permanente para los usuarios; así como en una estrategia que permite a las organizaciones ampliar sus mercados y su cobertura de distribución al hacer uso de estas plataformas.

Palabras clave: venta en línea, satisfacción del comprador en línea, factores de influencia en compras en línea, plataformas de venta en línea.

Abstract

Online sales have had a positive, solid trend during the last years in Mexico. This paper aims to determine the level of satisfaction, as well as to know the most important factors that exert an influence upon online buyer behavior of the two major selling platforms in Mexico. The aggregate approach and the Bucko et al. (2018) model of influential factors served as a conceptual framework. This way a non-experimental, cross-sectional, quantitative study was designed. Information was gathered with an online questionnaire. Sample included 698 digital consumers of 18 to 65 years old who lived in Mexico City and Metropolitan Zone. Main findings show a satisfied consumer with both platforms (Mercado Libre and Amazon), whose global expectations regarding service have been surpassed, though reliability remains as an area to be improved. Respondents considered product description and images; purchase and delivery terms; and reliability as the most important influential factors. In conclusion, online buying is becoming part of the main purchasing options for consumers, and a strategy for firms to widen market coverage and geographical distribution, through the use of selling platforms like Mercado Libre and Amazon.

Keywords: online selling, online customer satisfaction, online buyer behavior, selling platforms

Evolución del comercio electrónico en el último lustro en México.

A partir de la tercera década del siglo XX, mediante las transacciones por catálogo, se modifica la manera usual de llevar a cabo el proceso de compraventa, lo que significa un verdadero antecedente del comercio en línea. Con ello “El intercambio de mercancías, bienes y/o servicios pasó de realizarse de sujeto a sujeto, actualmente puede darse entre una persona y un ente meramente electrónico” (Ríos, 2019, p. 64). Antes de que concluyera el siglo pasado, las compras en línea fueron cobrando relevancia, sobre todo en los países de más alto grado de desarrollo, principalmente por la bancarización de los sistemas de pago (Alfonzo, 2010). A raíz de la crisis pandémica de la Covid-19 y de las consecuencias por el confinamiento y la disminución de actividades presenciales, se experimentó un crecimiento muy importante en las compras en línea durante el bienio 2020 y 2021 (Cubillos y Rodríguez, 2021).

Al respecto de este importante cambio en las modalidades de adquirir bienes y servicios, Vargas et al. (2022) señalan lo siguiente:

Respecto de la evolución de la economía digital, la tercera década del siglo XXI, hace visible la nueva era de cambio y revolución digital que afecta las relaciones socioeconómicas. Las disrupciones y actividades de comercio a nivel local y mundial generan nuevos desafíos... (p. 9).

Esta situación, a nivel mundial, refleja un dinamismo inusitado, como lo señalan Vega et al. (2021):

...de acuerdo con eMarketer Worldwide Retail and eCommerce SalesForecast 2016-2023, el crecimiento del comercio electrónico a nivel mundial para el 2023 representará el 21% de las ventas totales Retail en todo el mundo, teniendo una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 19.7% (p. 114). (Ver Gráfica 1).



Fuente: AMVO (2023, p. 21)

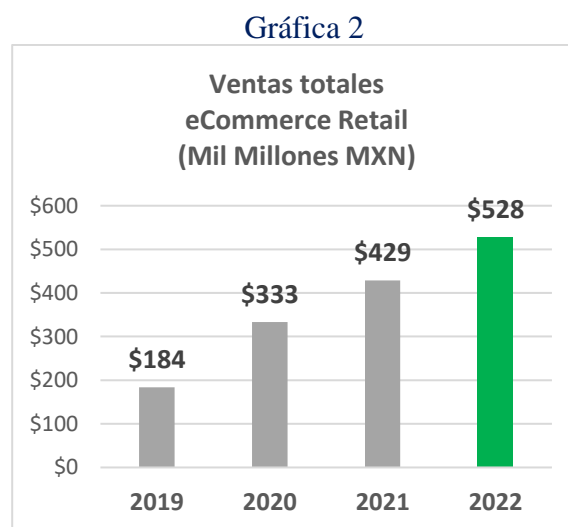
El dinamismo de las compras en línea en México sigue ubicado dentro de los más altos del mundo, pudiéndose apreciar que los países desarrollados observan tasas mucho menores e incluso negativas (AMVO, 2023).

En nuestro país, como se aprecia en la Gráfica 2:

Durante 2022, el valor de mercado de eCommerce Retail alcanzó los \$528.1 mil millones de pesos, experimentando un crecimiento del 23%, donde los jugadores pure players (con presencia 100% en línea) crecieron 24% y los jugadores brick&clicks (con presencia física y digital) crecieron 22%. Debido a esto, la contribución del eCommerce Retail vs las Ventas totales al

menudeo cierra en 13.4%". (AMVO, 2023, p. 12).

Del total de las ventas al menudeo en México, el 13.4% correspondió a esta modalidad, significando un aumento de uno punto tres puntos porcentuales respecto del año anterior. A nivel mundial, durante 2022 México sigue teniendo un fuerte dinamismo, contando con más de 60 millones de consumidores (una penetración del 77%), con una duplicación en su magnitud durante el último lustro (AMVO, 2023).



Fuente: elaborada a partir de AMVO (2023, p. 19)

En la Gráfica 2 se puede apreciar que el dinamismo en el comercio electrónico en nuestro país ha mostrado una sólida tendencia creciente. Se observa que en

2020 se dio el mayor crecimiento (resultado del confinamiento por la pandemia), tendiendo a disminuir esas tasas, lo cual también es previsible debido al regreso a actividades presenciales.

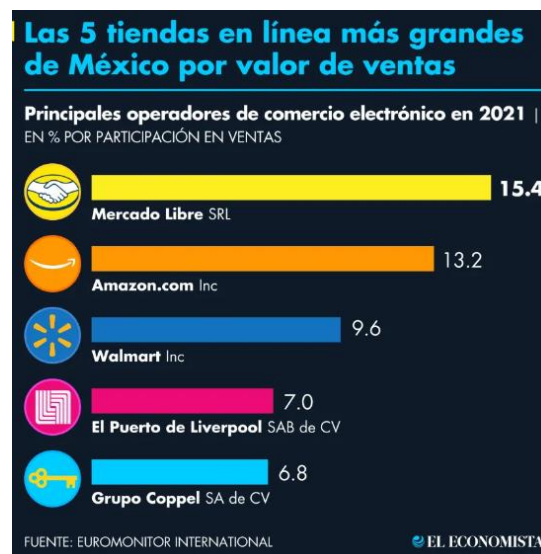
Si bien es cierto que esta modalidad de adquisición ofrece una gran cantidad de ventajas, tanto del lado de la oferta como de la demanda, su consolidación no es una tarea fácil, ya que implica muchas actividades concomitantes (Ortiz et al, 2017). Las ventajas de las compras en línea del lado de la demanda, se aprecian por la mayor cobertura de consumidores; del lado de la oferta, por la posibilidad de acceso de las empresas de menor tamaño a mercados de importancia. Todo el dinamismo ya señalado, específicamente en la modalidad business to consumer, se ha experimentado en regiones del mundo no desarrollado, como Asia, Africa y particularmente América Latina (Ortiz et al, 2017).

Con base en lo antes expuesto, el presente estudio tuvo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de las principales tiendas de venta en línea en México, así como la importancia de los factores que influyen en su comportamiento de compra.

Generalidades sobre las plataformas Mercado Libre y Amazon y su interacción con el consumidor final y el distribuidor de productos

Datos de Euromonitor Internacional (citado por El Economista, 2022) muestran que más de la mitad de las ventas en línea en México, las captaron cinco operadores de esta modalidad. En la Gráfica 3 se puede ver que Mercado Libre encabeza la participación con más del 15%, seguido por Amazon, que supera el 13%; entre estas dos superan una cuarta parte del total del comercio electrónico. Le siguen tres empresas detallistas con operaciones físicas.

Gráfica 3



Fuente: El Economista (2022)

Hacia la mitad del primer decenio del presente siglo, Amazon se encontraba a la cabeza del mercado de las ventas online. Comenzó especializada en ventas de libros y para 2007 ofertaba servicios de nube. Su logística implica el empleo del paradigma Justo a tiempo, respaldado con control de calidad y Big Data. Su oferta se encuentra soportada por dos modalidades: inventario propio y una red de proveedores que le permite contar con los bienes en el lugar y en el momento oportuno. Esta oferta es prácticamente ilimitada y cuenta con una infraestructura muy sólida de servicio post venta. (Ortiz et al, 2017). En 1996 Amazon contaba con 2 mil visitantes diarios, en tanto que en 1997 estos ascendieron a 50 mil, abarcando a fines de la primera década de este siglo más de 200 economías en el mundo, cuando en sus inicios, a mediados de la última década del Siglo XX, apenas superaba las 40 (Alfonzo, 2010). Al respecto, Santamaría (2019) señala que:

opera con un margen de beneficio reducido y tiene éxito gracias a una combinación de economías de escala, innovación de diversos procesos de negocios y una diversificación de negocios constante. La estrategia de

negocios de Amazon está guiada por cuatro principios: obsesión por el cliente en lugar del enfoque de la competencia; pasión por la invención; compromiso con la excelencia operativa; y pensamiento a largo plazo (p. 16).

Por su parte, Mercado Libre, líder en el subcontinente latinoamericano, se apoya mediante diversas empresas filiales, para optimizar sus operaciones. Se le ha nombrado como una de las empresas más idóneas para trabajar (Cubillos y Rodríguez, 2021).

Alfonzo (2010) señala que esta plataforma debe su buena evolución al hecho de que los participantes en la misma pueden ser personas físicas o bien empresas. Sin embargo, respecto de la garantía de calidad del bien, Camacho (2016) indica que se cuenta con un programa, cuya finalidad no es la aceptación de la responsabilidad, sino “acercar a ambas partes como si se tratase de un mediador con el fin de que se garantice, o la debida entrega, cambio o reparación del bien, o la devolución del dinero” (p.21).

La empresa en cuestión, como ya se señaló antes, cuenta con una red que le permite mayor cobertura en sus operaciones. Tal es

el caso de su alianza con la compañía E Bay, para cubrir en mayor medida al subcontinente; así como su participación accionaria en la empresa brasileña Lokau. En cuanto a la búsqueda de mayor fluidez y confiabilidad de las operaciones, abrió la empresa Mercado Pago. Hacia la segunda mitad de la primera década de este siglo, continuó con adquisiciones estratégicas dentro de América Latina, listándose en la bolsa norteamericana Nasdaq, en 2007. Sus oferentes en 2009, entre personas físicas y empresas, superaban los 3 millones; entre tanto en ese mismo año sus demandantes fueron más de 9 millones; así mismo, tuvo 30 millones de visitantes mensuales (Alfonzo, 2010).

Comportamiento de compra en línea. Principales factores de influencia

Los elementos que influyen dentro del comportamiento de las compras en línea se pueden abordar desde ámbitos muy diversos. El modelo de la Jerarquía de Aprendizaje Estándar pone en el centro de la mecánica de las compras online, a la confianza, bajo diferentes ángulos; el filosófico, en el que subyacen los valores; el psicológico, en función de rasgos de personalidad; el del enfoque administrativo, o de la optimización de las

decisiones en las organizaciones; y el de marketing, de acuerdo a lo que esperan los consumidores en la oferta que reciben (Rojas et al., 2009).

Mercado et al. (2019) hacen énfasis en que en este comportamiento de las compras en línea hay tres elementos o factores, que son la motivación, la experiencia y el comportamiento. Para este último influyen el patrón de compra y las preferencias del consumidor; para el factor motivación se consideran las necesidades actuales y potenciales; en tanto que, para la experiencia, los elementos claves son la problemática, el proceso de búsqueda y otros factores personales.

La Teoría de la Acción Razonada identifica e incorpora de manera sistémica factores de relevancia. Por un lado, respecto de las creencias, éstas pueden ser originadas por el propio sujeto (denominadas conductuales) o bien por el entorno social (denominadas normativas); por otro lado, también intervienen en el modelo las actitudes, las propias normas subjetivas, la motivación y la intención respecto de la conducta (Reyes, 2007).

El Modelo de Aceptación Tecnológica tiene como factores centrales en la

predicción del uso de las nuevas tecnologías, dos variables, a saber:

la Utilidad Percibida (PU) se refiere al grado en que una persona cree, que, usando un sistema en particular, mejorará su desempeño en el trabajo. La Facilidad de Uso Percibida (PEOU) señala hasta qué grado una persona cree, que, usando un sistema en particular, realizará menos esfuerzo para desempeñar sus tareas (YongVarela, 2004, p. 136).

El modelo de Causación Triádica Recíproca, de Bandura (citado en Tejada, 2005), se conforma por tres factores, que son interdependientes de manera dinámica, a saber, conducta, elementos personales (situaciones afectivas, cognitivas y biológicas) y el medio ambiente.

Sánchez-Alzate y Montoya-Restrepo (2017) sintetizan una revisión de autores, concluyendo en el sentido de que los factores más importantes, relacionados con la confianza en este tipo de compras, tienen que ver con la reputación de las empresas oferentes; el riesgo que se percibe; la asociación por transitividad; el género; así como la privacidad y seguridad

de la transacción. Ellos mismos señalan que a lo que más le tienen miedo los consumidores de esta modalidad, es al robo, a los tiempos muy largos en las entregas, a las equivocaciones en lo solicitado, así como al robo de identidad (Cubillos y Rodríguez, 2021). Adicionalmente, Sánchez-Alzate y Montoya-Restrepo (2017) señalan que tres elementos que resultan de gran importancia son la mercadotecnia, por su enfoque hacia la atención de las necesidades de los consumidores y por la manera de lograr eficacia en las empresas; el internet, que hace más eficiente el desarrollo de los negocios reduciendo los costos; así como la confianza.

Dentro de los estudios que específicamente identifican los factores que más incidencia tienen sobre el comercio online, se encuentran los siguientes cuatro: Masinová y Svandová (2014) señalan que la relevancia aquí es la propia descripción del bien; la forma de abordar y resolver las quejas; los tiempos de respuesta; las alternativas para pagar y los elementos gráficos de los bienes. Rajyalakshmi (2015) hace énfasis en ocho factores: utilidad percibida; actitud positiva; riesgo percibido; riesgo relacionado con el producto; compras

tradicionales; precio; promoción y riesgo financiero. De estos los que más influyen, según el autor, son el riesgo percibido, la promoción y el precio. Agyapong (2017) señala que los factores encontrados como de mayor influencia son la conveniencia y el precio/descuentos atractivos; mientras que los menos importantes fueron las recomendaciones y la publicidad.

Bucko et al. (2018), han desarrollado un modelo que contempla gran parte de los factores antes señalados, el cual se denomina Modelo Jerárquico del Comportamiento de Compra del Consumidor en Línea, mismo que identifica siete factores clave, que se enumeran a continuación; así como las variables que incluye cada uno.

- Precio: precio del bien, costo del envío, y descuentos y ofertas
- Confiabilidad: método de pago, tiempo de entrega, certificado de seguridad de la página
- Aprobación social: reseñas sobre el bien y sobre el vendedor
- Escasez: poca disponibilidad del producto en tienda física y oferta por tiempo limitado

- Descripción del producto: descripción del bien, imágenes del mismo, variedad de productos
- Condiciones de compra y envío: facilidad cambios y devoluciones, comodidad compra desde casa/oficina, envío gratis, proceso de compra sencillo
- Actividad en redes sociales: actividades y publicidad en redes sociales

Satisfacción de los consumidores

Uno de los temas centrales en la mercadotecnia lo constituye el estudio de la satisfacción de los consumidores, dado que como lo señalan Szymanski y Henard (2001); Turkyilmaz y Ozkan (2007); Fornell, Ross y Dekimpe (2010) y Ospina y Gil (2011) es un indicador del desempeño futuro de las organizaciones, en términos de la lealtad de los consumidores, el nivel de recomendación de los productos y servicios; así como de la productividad, la rentabilidad y la participación de mercado, entre otros.

En este sentido, Ospina y Gil (2011) señalan que, en la literatura sobre la satisfacción, en general hay un acuerdo de que se trata de un constructo en el que intervienen valoraciones cognitivas y

respuestas afectivas; habiéndose planteado dos enfoques básicos para su estudio, el de transacción específica, que fue el primero en formularse; y el agregado, que surge en los años noventa. El de transacción específica considera a la satisfacción como resultado de la evaluación de la experiencia con el producto o servicio, en una ocasión particular; mientras que en el enfoque agregado se le define como el resultado de una evaluación global a la fecha.

Ambos enfoques se complementan, debido a que los modelos desarrollados a partir del enfoque de transacción específica permiten tener una visión amplia de la experiencia con el producto o servicio; en tanto que los fundamentados en el enfoque agregado, permiten contar con una base estable para identificar las variables que ejercen influencia sobre la satisfacción, lo cual es de suma importancia para mejorar la calidad y elevar tanto el nivel de satisfacción, como la lealtad de los consumidores (Jonhson, Gustafsson y Cha, 1998). Adicionalmente, como lo mencionan Fornell et al. (1996), los consumidores tienden a tomar sus decisiones de recompra con base en el historial de sus experiencias a la fecha,

más que a partir de una transacción en particular.

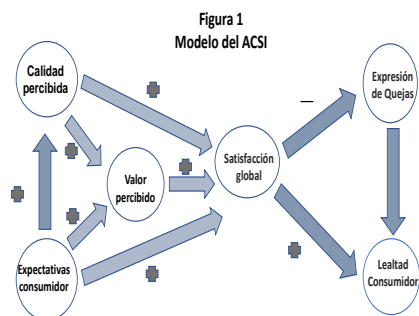
Índices Nacionales de Satisfacción

Tomando como base el enfoque de satisfacción agregada, un grupo de investigadores de la Universidad de Michigan, encabezados por Claes Fornell, desarrolló una metodología para construir modelos que permiten identificar las variables antecedentes y resultantes de la satisfacción; así como estimar un índice para medirla, surgiendo de esta manera los llamados índices nacionales de satisfacción. Al utilizar el enfoque agregado, estos modelos permiten realizar comparaciones entre diferentes sectores de la economía, industrias y tipos de organizaciones, lo cual es de suma utilidad para realizar estudios de benchmarking; así como para evaluar y gestionar la calidad (theacsi.org, 2023; Anderson y Fornell, 2000; Jonhson, Gustafsson y Cha, 1998).

Uno de los índices nacionales más reconocidos es el llamado Índice Americano de Satisfacción (ACSI, por sus siglas en inglés) que se presentó en 1994, y sigue publicándose hasta la fecha.

Actualmente comprende 400 empresas, representativas de más de 40 industrias, tanto del sector privado, como público de la economía de los Estados Unidos de América (theacsi.org, 2023).

En este modelo se identifican como variables antecedentes de la satisfacción las Expectativas del consumidor, la Calidad percibida y el Valor Percibido; y como resultantes la Expresión de quejas y la Lealtad del consumidor. Como se aprecia en la Figura 1, la Satisfacción global se ubica en el centro del modelo.



Fuente: Johnson, Michael D., Anders Gustafsson y Jaesung Cha. (1998). *The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Indices*. Service Research Center. Research Report 98 (4) 1-63.

Por su naturaleza, las variables que conforman el modelo se definen como latentes, esto es no observables, dado que su “realidad se mide a partir de indicadores o variables observadas” (Kerlinger y Lee, 2002). Para su medición se utilizan indicadores múltiples (Fornell et al., 1996), con excepción de la variable Expresión de quejas, que por sus

características se mide con solo uno. En la Tabla 1 se muestran los indicadores de cada variable.

Tabla 1
Indicadores de las variables

Expectativas del consumidor	-Expectativas de calidad -Expectativas de personalización -Expectativas de confiabilidad
Calidad percibida	-Calidad poscompra -Personalización poscompra -Confiabilidad poscompra
Valor percibido	-Calidad dado el precio -Precio dada la calidad
Satisfacción	-Satisfacción global -Confirmación de expectativas -Desempeño versus el producto o servicio ideal
Expresión de Quejas	-Quejas manifestadas
Lealtad	-Probabilidad de recompra -Incremento de precio -Decremento de precio

Fuente: elaboración propia con base en Paredes (2007)

Para efectos del presente estudio, se ha tomado como referencia este modelo debido a que, como ya se mencionó, permite identificar las variables que influyen en la satisfacción, así como el efecto de ésta sobre el comportamiento poscompra.

Metodología

Considerando que las compras en línea en México han mostrado una tendencia ascendente en los últimos cuatro años, particularmente durante la pandemia de Covid-19, se ha planteado la presente investigación, cuyos objetivos específicos se detallan a continuación:

- Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de las dos principales tiendas de venta en línea en México, esto es Mercado Libre y Amazon.
- Determinar la importancia de los factores que influyen en el comportamiento de compra de los usuarios de Mercado Libre y Amazon.

A partir de los objetivos se formuló la siguiente hipótesis:

H₀: No existe relación entre el perfil demográfico de los compradores y la plataforma en que realiza sus compras.

Con el fin de cubrir los objetivos antes enunciados y someter a prueba la hipótesis, se diseñó un estudio *ex post facto*, de carácter cuantitativo, transversal. La información se obtuvo mediante un cuestionario directo estructurado que se aplicó en línea a un total de 698 usuarios, hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad, que realizaban compras en internet y que vivían en la CDMX y Zona Metropolitana; utilizando un muestreo por conveniencia quedando integrada la muestra de la siguiente forma:

• Mercado Libre	388
• Amazon	310
• Total	698

Para desarrollar el cuestionario se tomó como base el Modelo del ACSI; así como los siete factores identificados por Bucko et al. (2018) como los de mayor importancia al realizar una compra en línea. De esta manera, el cuestionario quedó integrado de la siguiente forma:

Cuadro 1
Secciones del cuestionario

Sección Cuestionario	Número preguntas	Tipo escala
Hábitos de compra	2	Nominal
Satisfacción	15	Intervalo (escala 1 al 10)
Factores de Influencia	19	Escala de Likert
Perfil comprador	4	Nominal

Fuente: elaboración propia

Hallazgos principales

Los hallazgos principales se presentarán en función de los objetivos específicos de la investigación.

Objetivo

Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de las dos principales tiendas de venta en línea en México, esto es Mercado Libre y Amazon.

Con relación a las Expectativas de los usuarios de Mercado Libre y Amazon, como se observa en el Cuadro 2, los valores de las medias son similares en cuanto a personalización (8.2 y 8.4 respectivamente) y confiabilidad (7.2 vs 7.3); cabe destacar que en ambos casos la confiabilidad, en términos, de que surja algún problema durante la compra, es el indicador con la menor evaluación. Por

otro lado, la expectativa de calidad es mayor en el caso de Amazon (8.4), que de Mercado Libre (7.9); y en general es mejor la evaluación de dicha plataforma.

Cuadro 2
Variables antecedentes de la satisfacción e indicadores

Variable/indicadores	Media Mercado Libre	Media Amazon
Expectativas del consumidor		
Expectativas de calidad	7.9	8.4
Expectativas de personalización	8.2	8.4
Expectativas de confiabilidad	7.2	7.3
Calidad percibida		
Calidad poscompra	8.8	9.1
Personalización poscompra	8.5	8.8
Confiabilidad poscompra	7.7	7.8
Valor percibido		
Calidad del servicio dado el costo del envío	8.3	8.7
Costo del envío dada la calidad del servicio	8.0	8.5

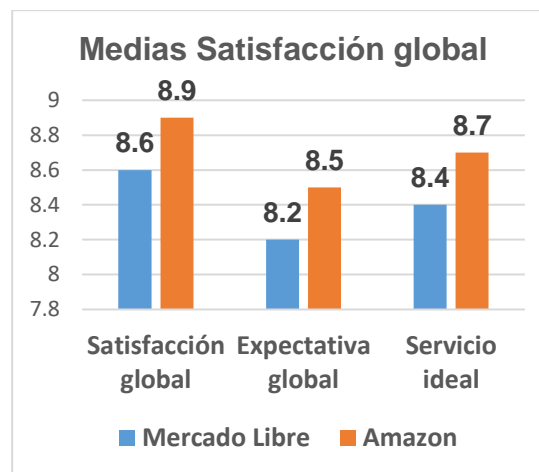
Fuente: elaboración propia

En lo que se refiere a la Calidad percibida poscompra, nuevamente Amazon obtiene las medias más altas, resaltando el indicador de Calidad, que es evaluado con 9.1, seguido por la personalización poscompra con 8.8. La confiabilidad poscompra, al igual que en el caso de las expectativas obtiene la calificación más baja; lo cual señala un área de oportunidad en el caso de ambas plataformas.

En el caso del valor percibido, si bien las medias de Amazon reflejan una mejor valoración, en sí son muy similares a las de Mercado Libre. En general, las calificaciones otorgadas a los indicadores de las variables antecedentes de la satisfacción, muestran a un consumidor satisfecho, con excepción del indicador de la confiabilidad.

En la Gráfica 4 se puede apreciar que los usuarios entrevistados, se encuentran satisfechos en forma global con los servicios de las dos plataformas, ya que obtienen medias superiores a 8, tanto en las Expectativas, como en la Satisfacción global, y en comparación con lo que sería el Servicio de compra ideal.

Gráfica 4



Fuente: elaboración propia

Respecto a las quejas sobre el servicio, 61 de los 388 entrevistados, esto es el 15.7%, ha manifestado una, y al 80.3% se le ha resuelto de manera satisfactoria. Esto mismo ocurre en el caso de Amazon, ya que 47 respondientes de 311, equivalentes al 15.1% han manifestado una queja, y el 78.7% ha quedado conforme con la manera en que se resolvió. Puede decirse, que, en ambos casos, se cuenta con un sistema eficiente para dar solución a los problemas que puedan presentarse, lo cual también se refleja en la probabilidad de volver a comprar en estas plataformas, cuyas medias son de 8.9 para Amazon y de 8.6 para Mercado Libre.

Objetivo

Determinar la importancia de los factores que influyen en el comportamiento de compra de los usuarios de Mercado Libre y Amazon.

El análisis se presentará en función de los factores de influencia identificados por Bucko et al. (2018), considerando la categoría de la escala con el mayor número de respuestas, esto es la Moda.

En cuanto al factor características del producto, el indicador considerado más relevante, en ambas plataformas, es el contar con imágenes del producto. En efecto, el 82.5% de los respondientes de Mercado Libre y el 75.8% de los de Amazon lo evalúan como muy importante, lo cual se explica por la naturaleza de las compras en línea, en tanto que no es posible ver, tocar, directamente el bien en cuestión (ver Cuadro 3).

Cuadro 3
Características del producto
Muy importante (%)

Indicador	Mercado Libre	Amazon
Imágenes	82.5	75.8
Descripción	75.3	71.0
Variedad	63.7	61.3

Fuente: elaboración propia

Respecto a las Condiciones de compra y envío, el indicador que obtiene el mayor porcentaje de respuesta en la categoría muy importante es facilidad de cambios y devoluciones (79.4% Mercado Libre y 74.5% Amazon), que en este tipo de compras es clave, considerando que hay ocasiones en que no se dispone de un conocimiento previo del producto (ver Cuadro 4).

Cuadro 4
Condiciones de compra y envío
Muy importante (%)

	Mercado Libre	Amazon
Facilidad cambios y devoluciones	79.4	74.5
Comodidad	71.1	71.0
Envío gratis	71.9	69.4
Proceso de compra sencillo	64.2	63.9

Fuente: elaboración propia

En el factor Confiabilidad, sobresale el que la página cuente con certificado de seguridad, indicador que es calificado como muy importante por el 78.1% de los usuarios de Mercado Libre y el 69.7% de Amazon (ver Cuadro 5).

Cuadro 5
Confiabilidad
Muy importante (%)

	Mercado Libre	Amazon
Certificado seguridad	78.1	69.7
Tiempo de entrega	68.3	65.8
Método de pago	57.2	54.8

Fuente: elaboración propia

En el caso del factor Precio, el indicador relativo a la cantidad a pagar es el que obtiene el mayor porcentaje en la categoría muy importante, 69.3% Mercado Libre y 69.0% Amazon (ver Cuadro 6). Sin embargo, comparativamente con los factores antes analizados, dichos porcentajes son menores, lo cual reflejaría que el precio no juega un papel determinante en la decisión de compra en línea.

Cuadro 6
Precio
Muy importante (%)

	Mercado Libre	Amazon
Precio	69.3	69.0
Costo del envío	60.8	61.0
Descuentos y ofertas	51.5	47.1

Fuente: elaboración propia

En el factor Aprobación social, el indicador con el mayor porcentaje en la categoría muy importante es reseñas del producto (Mercado libre 67.5%, Amazon 57.4%); mientras que, en el caso de las reseñas sobre la plataforma en sí, la moda corresponde a muy importante (43.3%) en cuanto a Mercado Libre y a importante respecto a Amazon (41.3).

En esta misma línea, los indicadores de las Actividades promocionales en redes sociales, como se aprecia en el Cuadro 7, tampoco son un factor relevante en la decisión de compra, ya que, en el caso de la publicidad en redes sociales, la moda se ubica en la categoría importante (37.9%) Mercado Libre y (37.7%) Amazon.

Cuadro 7
Actividades promocionales en redes sociales (%)

	Mercado Libre	Amazon
Actividades redes sociales	Moda Muy importante 37.9	Moda Muy importante 36.5
Publicidad en redes sociales	Moda Importante 37.6	Moda Importante 37.7

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, el factor Escasez también es poco relevante al realizar una compra en línea, dado que como se muestra en el Cuadro 8, en el caso de Mercado Libre los indicadores oferta por tiempo limitado y poca disponibilidad en tienda física tienen porcentajes menores al 40% en la categoría muy importante. En cuanto a Amazon, si bien son superiores a dicho porcentaje, la moda en uno de ellos se ubica en la categoría importante.

Cuadro 8
Escasez (%)

	Mercado Libre	Amazon
Oferta por tiempo limitado	Moda Muy importante e 39.4	Moda Muy importante e 41.9
Poca disponibilidad en tienda física	Moda Muy importante e 38.9	Moda Importante e 45.2

Fuente: elaboración propia

Prueba de Hipótesis

Como se indicó en la sección de metodología, la hipótesis contrastada fue:

H_0 : No existe relación entre el perfil demográfico de los compradores y la plataforma en que realiza sus compras.

Las variables que conformaron el perfil del comprador fueron edad, sexo, estado civil y ocupación. Para contrastar la hipótesis se utilizó una prueba de X_i^2 .

Los resultados de la prueba muestran que únicamente hay relación entre la ocupación¹ y la plataforma en que se realizan las compras. En este sentido se observa que el 54.5% de los usuarios de Amazon y el 48.5% de los de Mercado Libre son comerciantes y en segundo lugar se ubican los estudiantes (31.7% y 30.0% respectivamente). Una posible explicación en el caso de los comerciantes es que en las plataformas encuentran una gran variedad de artículos y de precios; y en el caso de los estudiantes, éstos tienden a hacer un mayor uso de la tecnología en sus actividades cotidianas.

¹ La relación es estadísticamente significativa a un nivel de significancia real de .000

Conclusiones

Los consumidores que adquieren productos en Mercado Libre y en Amazon, en general se muestran satisfechos; sin embargo, hay una mejor percepción de Amazon en cuanto a la calidad de sus servicios y un área de oportunidad en cuanto a la confiabilidad para ambas plataformas.

Entre los factores de influencia en las compras en línea, destacan como muy importantes:

- Producto, sobre todo en lo que se refiere a la descripción del mismo y a la inclusión de imágenes.
- Condiciones de compra y envío, en cuanto a la facilidad para realizar cambios y devoluciones, la comodidad de poder comprar desde cualquier sitio y que el envío sea gratuito.
- En tercer lugar, se ubican Confiabilidad, en términos de que la página cuente con certificado de seguridad; y el precio del producto.
- Los factores menos relevantes son Reseñas y actividades en redes

sociales; así como la escasez, en lo que se refiere a ofertas por tiempo limitado y poca disponibilidad en tiendas físicas.

Las evaluaciones obtenidas por ambas plataformas en cuanto a satisfacción de los usuarios y a la importancia de los factores que influyen en el comportamiento de compra en línea son muy similares; reflejando a un consumidor satisfecho, que está recibiendo un buen servicio, lo cual a su vez explica en parte el por qué entre las dos captan más del 25% de las ventas en línea en México.

En nuestro país, la tendencia mostrada por el comercio electrónico a partir de la pandemia de Covid-19, es indicativa de que esta modalidad de venta se está convirtiendo en una opción real y de carácter permanente para los usuarios. Y por otro lado, para las organizaciones, el hacer uso de estas plataformas constituye una estrategia que contribuye a ampliar sus mercados, tanto en términos de volumen de ventas, como de alcance geográfico, siendo una alternativa particularmente interesante para las PYMES.

Referencias

- Agyapong, H. (2017). *Exploring the influential factors of online purchase*. University of Applied Sciences, Business Economics and Tourism, Finlandia.
- Alfonzo, Carmen S. (2010). Comercio electrónico la venta por catálogo del siglo XXI. *Debates IESA*. Volumen XV(3), <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/j10alfonzo.pdf>
- Anderson, E. W. y Fornell, C. (2000) Foundations of the American Customer Satisfaction Index. *Total Quality Management*, 11(7), 869-882, DOI: 10.1080/09544120050135425
- Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). En colaboración con GFK Netrica, Netquest, Similar Web y AMVO Analytics. (2023). *Estudio de venta online 2023 El panorama del canal digital en México*. Versión pública. <https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2023/>
- Bucko, J., Kakalejčík, L. y Ferencová, M. (2018). Online shopping: Factors that affect consumer purchasing behaviour, *Cogent Business & Management*, 5(1), 1535751, DOI: 10.1080/23311975.2018.1535751. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1535751>
- Camacho, M. (2016). *Estatuto del consumidor: Régimen de responsabilidad post venta, de plataformas Web de servicios de intermediación en ventas electrónicas. Los casos de los dominios MercadoLibre.com, olx.com y Linio.com* ([Tesis de pregrado no publicada]. Universidad de los Andes. Facultad de Derecho.
- Cubillos Casas, J. O. y Rodríguez Castillo, C. D. (2021). *Percepción y preferencia de compra de los clientes por medio de la plataforma mercado libre.com*. [Tesis de Pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/34904>
- Las 5 tiendas en línea más grandes de México por valor de ventas (12 de abril de 2022). *El Economista*. <https://www.el economista.com.mx>
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W. Cha, J. y Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60, 7-18.

- Fornell, C., Rust, R.T., Dekimpe, M.G. (2010). The effect of customer satisfaction on spending. *Journal of Marketing Research*, 47 (1), 28-35.
- Johnson, M. D., Gustafsson, A. y Cha, J. (1998). The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Indices. Service Research Center. Research Report 98 (4), 1-63.
- Kerlinger, F. y Lee, H. B. (2002) *Investigación del Comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*, McGraw-Hill.
- Masínová, V. y Svandová, Z. (2014). Online shopping drivers and barriers for older adults: Age and gender differences. *Computers in Human Behavior*, 37, 133-143.
- Mercado, Kathya E., Perez, Cynthia B., Castro, Luis A., & Macías, Adrian. (2019). Estudio Cualitativo sobre el Comportamiento del Consumidor en las Compras en Línea. *Información tecnológica*, 30(1), 109-120. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000100109>
- Ortiz Moya, R. F., Camacho Dillon, F. R., & Beltrán Sinchiguano, R. F. (2017). Amazon vs. Walmart: ¿cuál de estas empresas dominará el comercio electrónico?. *Revista Publicando*, 4[10 (2)], 368-382.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/500>
- Ospina, S. y Gil, I. (2011). Índices Nacionales de Satisfacción del Consumidor. Una Propuesta de Revisión de la Literatura. *Cuadernos de Administración*, 24 (43), 35-57.
<https://www.redalyc.org/pdf/205/20521435002.pdf>
- Paredes, A.M. (2007). *Aplicabilidad del enfoque agregado para medir la satisfacción de los usuarios de servicios*. [Tesis de doctorado no publicada, UNAM].
- Rajyalakshmi, N. (2015). Factors influencing online shopping behavior of urban consumers in India. *International Journal of Online Marketing*, 5, (1), 38-50.
DOI: 10.4018/IJOM.2015010103
- Reyes, L. (2007). La Teoría de la Acción Razonada. Implicaciones para el estudio de las actitudes. *Investigación Educativa Duranguense*. 7.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2358919>
- Ríos Ruíz, A. (2019). Las nuevas tendencias del comercio electrónico en el marco del T-MEC. *Ius Comitiãlis*, 2(3), pp. 62-83.

- Rojas López, Miguel David, Arango, Paula, & Gallego, Juan Pablo. (2009). Confianza para efectuar compras por internet. *DYNA*, 76(160), 263-272. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532009000400026&lng=en&tlng=es.
- Sánchez-Alzate, J., & Montoya-Restrepo, L. (2016). Factores que afectan la confianza de los consumidores por las compras a través de medios electrónicos. *Pensamiento & Gestión*, 40, 159-183 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64646279007>
- Sánchez-Alzate, J. A., & Montoya-Restrepo, L. A. (2017). La confianza como elemento fundamental en las compras a través de canales de comercio electrónico. Caso de los consumidores en Antioquia, Colombia. *Innovar*, 27(64), 11-22. doi: 10.15446/innovar.v27n64.62365. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v27n64/v27n64a02.pdf>
- Santamaría, E. (2019). “La inserción de Amazon.com en mercados emergentes”. *Los casos de China, India, Brasil y México* [Tesis de maestría no publicada]. Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales. Maestría en Política y Economía Internacionales. <http://hdl.handle.net/10908/16562>
- Szymanski, D.M. y Henard, D.H. (2001). Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29 (1), 16-35.
- Tejada Zabaleta, A., (2005). Agenciación humana en la teoría cognitivo social: Definición y posibilidades de aplicación. *Pensamiento Psicológico*, 1(5), 117-123. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80100510>
- theacsi.org. (2023). <https://www.theacsi.org>
- Turkyilmaz, A. y Ozkan, C. (2007). Development of a customer satisfaction index model: an application to the Turkish mobile phone sector. *Industrial management and Data Systems*, 5(107), 672-687.
- Vargas Salazar, Ivonne, Motta Flores, Madalyne, Escudero Cavero, Benjamín, & Barrientos-Felipa, Pedro. (2022). Economía, Comercio Digital y el Consumo del Ciudadano de Lima Metropolitana. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(1), 7-20. Epub February 01, 2023. <https://doi.org/10.22507/rli.v19n1a1>

- Vega Barrios, A., Cerón Islas, A., & Figueroa Velázquez, J. G. (2021). Perspectivas de eCommerce y los Hábitos de Consumo Tras COVID-19. *European Scientific Journal*, ESJ, 17(4), 112. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p112>
- YongVarela, L. A., (2004). Modelo de aceptación tecnológica (tam) para determinar los efectos de las dimensiones de cultura nacional en la aceptación de las tic . *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, SOCIOTAM, XIV(1), 131-171. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65414107>

**Análisis de Regresión para determinar la influencia de los factores
motivacionales en la intención emprendedora.**

**Regression Analysis to determine the influence of motivational factors on
entrepreneurial intention.**

Eder Lázaro Barreto San Germán

ORCID: 0000-0002-3886-5072

Universidad Autónoma de Guerrero, Facultad de Matemáticas

22409846@uagro.mx

Francisco Javier Moyado Bahena

ORCID: 0000-0003-4187-88-24

Universidad Tecnológica de Acapulco

Autor de correspondencia:

francisco.moyado@utacapulco.edu.mx

Resumen

La investigación tiene como objetivo analizar la influencia de los factores motivacionales en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Acapulco, a partir de un análisis de regresión.

La investigación es de corte longitudinal, pues se está repitiendo la encuesta sobre la intención emprendedora a 148 estudiantes pertenecientes a 7mo. cuatrimestre de las carreras de Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia, Tecnología de la Información y Comunicación, Gastronomía y Mantenimiento Industrial. Para la fiabilidad de la encuesta se utilizó un análisis factorial exploratorio para determinar los factores medidos, además se determinó la relación entre los Factores y la Intención Emprendedora a partir de un Análisis de Regresión Multivariante para definir la relación de dependencia. Obteniendo resultados que evidencian la influencia de la actitud hacia la conducta y el control percibido en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Tecnológica de Acapulco.

Palabras claves: emprendimiento, estudiantes universitarios, análisis regresión.

Abstract

The objective of the research is to analyze the influence of motivational factors on the entrepreneurial intention of students at the Technological University of Acapulco, based on a regression analysis.

The research is longitudinal, since the survey on entrepreneurial intention is being repeated with 179 students belonging to the 6th semester of the Bachelor's degrees in Business Innovation and Marketing, Information and Communication Technology, Gastronomy and Industrial Maintenance. For the reliability of the survey, an exploratory factor analysis was used to determine the factors measured, and the relationship between the Factors and Entrepreneurial Intention was determined from a Multivariate Regression Analysis to define the dependency relationship. Obtaining results that show the influence of attitude towards behavior and perceived control on the entrepreneurial intention of university students at the Technological University of Acapulco.

Keywords: entrepreneurship, university students, regression analysis.

Introducción

La pandemia de COVID-19 y la guerra de Rusia y Ucrania han afectado la economía a nivel mundial, demostrando cuan frágil puede ser la región. El producto interno bruto (PIB) de la región se contrajo alrededor de 7.0% en 2020, como consecuencia la pobreza extrema subió hasta alcanzar el 12.5% de la población y no se prevé alcanzar los niveles de PIB per cápita anteriores a la crisis hasta 2023-2024. (OECD et al., 2021)

En México se ha visto muy afectado por la pandemia de COVID-19. En 2020, el producto interno bruto (PIB) se contrajo más de un 8% y empeoró las condiciones de ingresos de las poblaciones más desfavorecidas, aumentando la pobreza en 9%. (OECD et al., 2021)

La Ley del Instituto Mexicano de la Juventud delimita al sector juvenil a la población cuya edad quede comprendida entre los 12 y los 29 años (artículo 2o.). La tasa de desocupación general es de solo el 3.1%, pero para el grupo juvenil esta tasa es del 5.8%, el número de jóvenes desocupados representa más de la mitad de toda la población desocupada demostrando que el desempleo afecta de

una manera más desfavorable a las y los jóvenes (SEDESOL, 2017).

Más del 75% de los jóvenes que buscan su primer empleo cuenta al menos con nivel preparatoria y una proporción importante cuenta con nivel superior, incluso entre los jóvenes con educación superior, sólo el 26% percibe más de 3 salarios mínimos mensuales (SEDESOL, 2017).

Considerando la economía formal, las mipymes representan el 99,5% de las empresas de la región y la gran mayoría son microempresas (88,4% del total) (OECD et al., 2021). En México la proporción de jóvenes trabajando por cuenta propia es solo del 10% a nivel nacional, (SEDESOL, 2017), evidenciando la poca tendencia la creación de empresas como salida profesional.

El comportamiento emprendedor ha sido objeto de investigación por muchos años, (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2018) en su estudio menciona que la educación emprendedora por parte de las universidades favorece las intenciones emprendedoras.

Las escuelas de negocios y los departamentos de gestión en general tienen una gran responsabilidad en la formación de nuevos emprendedores. En particular, cuando se trata de impulsar el emprendimiento, la formación de las relaciones intra e interpersonales, así como de las habilidades cognitivas y comunicativas relacionadas con la tarea, debe ser una parte central de los procesos de formación en estas áreas de gestión. (Torres, et. al 2017)

Con lo expuesto, esta investigación tiene como objetivo analizar la influencia de los factores motivacionales en la intención emprendedora a partir de un análisis de regresión.

Marco Teórico

Emprendedor

Emprender según el diccionario de la Real Academia Española es acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, si encierran dificultad o peligro.

Intención de Emprendimiento

La intención de emprendimiento es la antesala del comportamiento emprendedor que resulta en la creación final de las empresas (Prodan & Brnovsek, 2010).

Es considerada parte de la Teoría del Comportamiento Planificado. Explica como una función de tres elementos: la actitud hacia el comportamiento emprendedor, las normas subjetivas y el control percibido están asociados entre sí, y adicionalmente el control percibido influye también directamente sobre el comportamiento del emprendedor, además de sobre la intención emprendedora. (Ajzen, 1991)

Factores Motivacionales

Valor emocional y racional asociadas al comportamiento que impulsan a los individuos a generar una actitud hacia un objetivo (emprender un negocio). (Ajzen, 1991)

Actitud hacia la Conducta

Grado de valor ya sea en sentido positivo o negativo de poder emprender un negocio. La expectativa se ve asociada con las creencias de comportamiento sobre la intención de emprender. (Ajzen, 1991)

Normas subjetivas

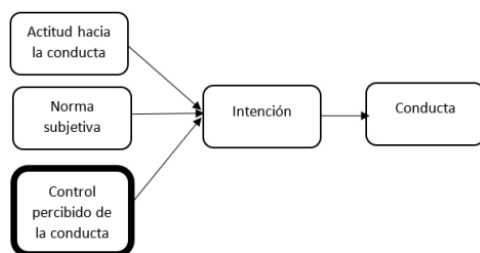
Grado en que la percepción a la aprobación de las personas cercanas y su importancia de aprobación influyen para ejecutar un negocio. Generalmente esta conceptualización se ve influenciado por

las opiniones y valores de las personas más cercanas al individuo. (Ajzen, 1991)

Control Percibido de la Conducta

Grado de percepción de facilidad o dificultad para iniciar un negocio, se refiere al grado en que el individuo puede controlar el éxito de emprender un negocio. (Ajzen, 1991)

Figura 1 Modelo de Relaciones de Factores Motivacionales con la Intención emprendedora.



Fuente: Tesis Doctoral (Moyado, 2021).

Nota: Se muestra gráficamente las relaciones entre las variables medidas en la encuesta:

Análisis Estadísticos;

Análisis de fiabilidad.

La fiabilidad es la propiedad de que por aplicaciones repetitivas de un mismo instrumento de medida se obtienen resultados similares. Limitaciones de tiempo y dinero no permiten repetir el cuestionario, por lo que se evalúa la

consistencia interna del instrumento de medida (Aldas & Uriel, 2017)

Alpha de Cronbach

El coeficiente de Cronbach, se define como la proporción de la varianza total de la escala que es atribuible a la variable latente Y, cuanto mayor sea este valor, expresar una mejor representación de la variable por los ítems del instrumento, que viene explicando mayor parte de la varianza a partir de la varianza común (Cronbach, 1951) (Aldas & Uriel, 2017).

$$\alpha = \frac{\text{Varianza Común}}{\text{Varianza total}} = \frac{\sigma_y^2 - \sum \sigma_i^2}{\sigma_y^2}$$

$$= 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_y^2}$$

Utilizando correlaciones en lugar de covarianzas, estandarizando las variables la media de las correlaciones es igual 1, el α de Cronbach queda:

$$\alpha = \frac{k\rho}{1 + (k - 1)\rho}$$

Análisis Factorial

El análisis factorial tiene como objeto simplificar las múltiples y complejas relaciones que puedan existir entre un conjunto de variables. Para ello trata de encontrar dimensiones comunes o factores que ligan a las aparentemente no relacionadas variables (Aldas & Uriel, 2017)

De un conjunto de variables observadas X_1, X_2, \dots, X_p se trata de encontrar un conjunto de $k < p$ factores no directamente observables F_1, F_2, \dots, F_k que expliquen suficientemente a las variables observadas perdiendo el mínimo de información (Principio de interpretabilidad) y que sean los menos posibles (Principio de parsimonia). los factores han de extraerse de forma que resulten independientes entre sí, es decir, que sean ortogonales (Pérez, 2004).

Análisis de Componentes Principales

El análisis en componentes principales es una técnica multivariante que persigue reducir la dimensión de una tabla de datos excesivamente grande por el elevado número de variables que contiene x_1, x_2, \dots, x_n y quedarse con unas cuantas variables C_1, C_2, \dots, C_n combinación de las iniciales (componentes principales)

perfectamente calculables y que sinteticen la mayor parte de la información contenida en sus datos. Inicialmente se tienen tantas componentes como variables (Pérez, 2004):

$$\begin{aligned} C_1 &= a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n \\ &\vdots \\ C_n &= a_{n1}x_1 + a_{n2}x_2 + \dots + a_{nn}x_n \end{aligned}$$

Pero sólo se retienen las p componentes (componentes principales) que explican un porcentaje alto de la variabilidad de las variables iniciales (C_1, C_2, \dots, C_p).

Regresión múltiple

El análisis de la regresión múltiple es una técnica estadística utilizada para analizar la relación entre una variable dependiente (o endógena) métrica y varias variables independientes (o exógenas) también métricas. El objetivo esencial del análisis de la regresión múltiple es utilizar las variables independientes, cuyos valores son conocidos, para predecir la única variable criterio (dependiente) seleccionada por el investigador (Pérez, 2004).

La expresión funcional del análisis de la regresión múltiple es la siguiente:

$$y = F(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Marco de Antecedentes

La intención emprendedora en estudiantes universitarios ha sido estudiada tanto a nivel nacional como internacional.

A nivel nacional (Espíritu, 2011) en su artículo analizó la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad.

Se utilizó una muestra representativa de 333 alumnos de las carreras de Contador Público y Licenciado en Administración de la Universidad de Colima en México. Se plantearon tres hipótesis relacionadas con los rasgos de personalidad (Necesidad de logro, locus de control interno y propensión al riesgo) para conocer su influencia en la intención emprendedora. Para la contrastación de hipótesis, se utilizó el análisis de regresión. El signo del coeficiente de correlación beta, permitió establecer el sentido de la relación (directa o inversa) entre las variables independientes y la dependiente.

También (Borrayo, Valdez, & Delgado, 2019) investigaron acerca de la cultura emprendedora en estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas perteneciente a la Universidad de Guadalajara, donde realiza una encuesta a estudiantes entre 18 y 22

años de Edad, y de manera descriptiva aborda el fenómeno del emprendimiento y el rol de las instituciones para fomentar el emprendimiento.

A nivel internacional (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2018) estudiaron la relación entre la intención emprendedora y los factores que inciden en la misma, para estudiantes universitarios de seis países latinoamericanos provenientes de empresas familiares, utilizando como variables explicativas: el tipo de relación con la empresa familiar, la vinculación con la innovación, la motivación para emprender.

Para esto utilizaron una muestra constituida por **771 estudiantes de 8 Universidades latinoamericanas** pertenecientes a Chile, Uruguay, Brasil, Ecuador, México, Colombia y Puerto Rico.

El análisis estadístico se ejecutó en dos etapas. En una primera fase se procedió a realizar un **Análisis de Componentes Principales (ACP)**. En la segunda fase, los factores extraídos mediante ACP fueron utilizados como variables explicativas (independientes) en el desarrollo e implementación de un modelo de **regresión logística ordenada**.

Metodología

Muestra

El tipo de investigación es de corte longitudinal, pues se está repitiendo la encuesta sobre la intención emprendedora a 148 estudiantes pertenecientes a 7mo. cuatrimestre de las carreras de Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia, Tecnología de la Información y Comunicación, Gastronomía y Mantenimiento Industrial, pertenecientes a la Universidad Tecnológica de Acapulco durante el año 2023.

El cuestionario consta de 27 preguntas y 4 de información general, formato de respuesta de las preguntas directas e indirectas corresponde a una escala de medición Likert de 1 a 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 neutro, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Se les compartió la liga del cuestionario a los estudiantes que los respondieron de manera online.

Análisis Estadístico

Para la fiabilidad de la encuesta se utilizó un análisis factorial exploratorio para determinar los factores medidos por la encuesta y para determinar su confiabilidad y se utilizó el estadístico

Alfa de Cronbach con el objetivo de determinar la confiabilidad de las escalas.

Se realizó un Análisis de Componentes Principales para determinar un componente que permita resumir cada una de los ítems pertenecientes al Factor analizado.

Para determinar la relación entre los Factores e Intención Emprendedora se realizó un Análisis de Regresión Multivariante para definir la relación de dependencia.

Resultados

Análisis de Fiabilidad

Los valores alfa de Cronbach obtenidos para la variable dependiente: intención emprendedora fue de 0.772, donde se decide eliminar el ítem No.3, y el coeficiente del Alfa de Cronbach aumenta a 0.819 y para las variables independientes dientes: Actitud hacia la Conducta 0.785, Norma Subjetiva 0.743, Control Percibido de la Conducta 0.842, valores similares a los obtenidos en la primera aplicación de la encuesta donde se obtuvieron valores en los rangos de 0.651 y 0.834.

Para el análisis de fiabilidad se comenzó con un análisis de las variables a analizar donde se obtuvo un excelente valor estadístico Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) =

0.871. Luego se comprobó la idoneidad del AFE mediante la prueba de esfericidad de Bartlett (Chi-cuadrado= 1001.12; gl = 105; valor-p=,0000) por lo que se rechaza la hipótesis nula de esfericidad, siendo adecuado la aplicación de análisis factorial para explicar los datos obtenidos.

Tabla 1. Matriz de Factor Rotado

	Matriz de factor rotado ^a			
	Factor			
	Actitud hacia la conducta	Norma Subjetiva	Control Percibido hacia la Conducta	Intención Emprendedora
P12*	.598			
P5*	.571			
P19*	.771			
P26*	.640			
P2*			.640	
P9*			.658	
P16*			.816	
P14*		.556		
P21*		.672		
P23*		.699		
P7*		.737		
P10*				.559
P17*				.660
P24*				.384

Método de extracción: máxima verosimilitud.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

Fuente: Elaboración Propia.

Nota: El AFE muestra la presencia de las cuatro variables latentes en la tabla, con los ítems incorporados en el constructo donde fueron construidos, obteniendo un resultado de varianza explicada aceptable, que nos refleja un 57.41%.

Ho: El Modelo Factorial Exploratorio no es válido.

Tabla 2. Prueba bondad de ajuste Método de Máxima Verosimilitud

Prueba de bondad de ajuste		
Chi-cuadrado	gl	Sig.
65.547	41	.009

Fuente: Elaboración propia

Nota: El pvalor = 0.009 por lo que estadísticamente no se puede constatar la Ho y se concluye que el Modelo Factorial es válido.

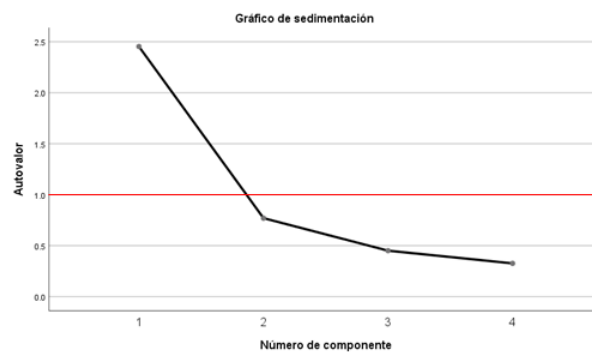
Análisis de Componentes Principales

Se aplicó un ACP para la elaboración de un índice en cada uno de las variables de la investigación.

Actitud hacia la conducta

Variable independiente, presenta un KMO = 0.7 y la prueba de esfericidad de Bartlett pvalor = 0.000, por lo que la muestra es adecuada para realizar un ACP.

Figura 2. Gráfico de sedimentación Actitud hacia la conducta



Fuente: Elaboración Propia.

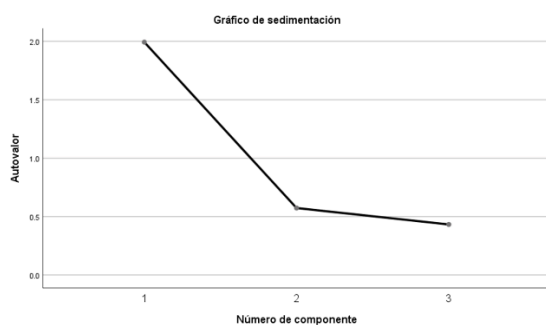
Nota: A partir tanto del análisis del Autovalor como del criterio del codo, se extrae un solo componente.

El componente extraído explica el 61.33% de la varianza de la muestra.

Norma Subjetiva

Variable independiente, presenta un KMO = 0.68 y la prueba de esfericidad de Bartlett pvalor = 0.000, por lo que la muestra es adecuada para realizar un ACP.

Figura 3 Gráfico de sedimentación Norma subjetiva.



Fuente: Elaboración Propia.

Nota: A partir tanto del análisis del Autovalor como del criterio del codo, se extrae un solo componente.

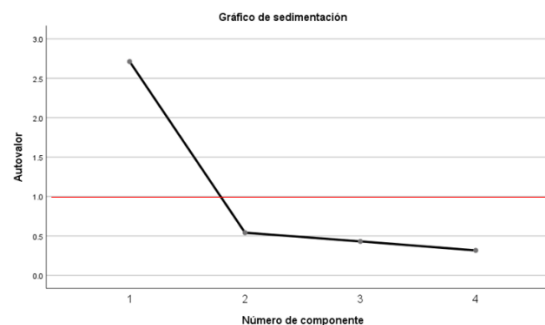
El componente extraído explica el 66.44% de la varianza de la muestra.

Control Percibido de la conducta

Variable independiente, presenta un KMO = 0.789 y la prueba de esfericidad de

Bartlett pvalor = 0.000, por lo que la muestra es adecuada para realizar un ACP.

Figura 4 Gráfico de sedimentación Control percibido de la conducta.



Fuente: Elaboración Propia.

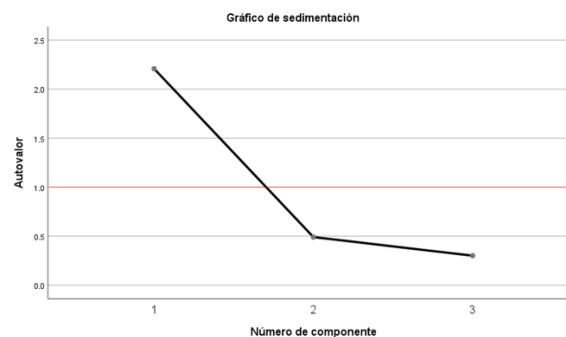
Nota: A partir tanto del análisis del Autovalor como del criterio del codo, se extrae un solo componente.

El componente extraído explica el 67.8% de la varianza de la muestra.

Intención Emprendedora

Variable independiente, presenta un KMO=0.7 y la prueba de esfericidad de Bartlett pvalor = 0.000, por lo que la muestra es adecuada para realizar un ACP.

Figura 5 Gráfico de sedimentación Intención emprendedora.



Fuente: Elaboración Propia.

Nota: A partir tanto del análisis del Autovalor como del criterio del codo, se extrae un solo componente.

El componente extraído explica el 73.622% de la varianza de la muestra.

Análisis de Regresión

Las dos hipótesis del modelo teórico de investigación son:

H_1 : Los Factores motivacionales tienen influencia sobre la intención emprendedora.

H_2 : La actitud hacia la conducta tiene influencia sobre la intención emprendedora.

H_3 : La norma subjetiva hacia la conducta tiene influencia sobre la intención emprendedora.

H_4 : El control percibido de la conducta tiene influencia sobre la intención emprendedora.

Estas hipótesis fueron comprobadas a partir de un modelo de regresión lineal multivariada cuya variable dependiente fue el componente extraído para el constructo de intención emprendedora de los estudiantes universitarios y cuyas variables independientes serán los

componentes extraídos de los constructos de actitud hacia la conducta y el control percibido hacia la conducta.

Primeramente, se comprobó que los datos son adecuados para el modelo propuesto.

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_0: \beta_i \neq 0$$

Tabla 3. Tabla ANOVA

ANOVA ^a					
Modelo		Suma de cuadrados	gl	F	Sig.
1	Regresión	90.495	3	77.717	.000 ^b
	Residuo	55.505	143		
	Total	146.000	146		
2	Regresión	90.059	2	115.912	.000 ^c
	Residuo	55.941	144		
	Total	146.000	146		

a. Variable dependiente: Intención Emprendedora

b. Predictores: (Constante), Control Percibido de la Conducta, Actitud hacia la conducta, Norma Subjetiva

c. Predictores: (Constante), Control percibido de la conducta, Actitud hacia la conducta

Fuente: Elaboración propia.

Nota: El pvalor = 0.000 por lo que se rechaza la Hipótesis Nula y al menos 1 de los β_i es significativo para predecir la intención emprendedora

Prueba de Hipótesis para los coeficientes

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq 0$$

$$H_2: \beta_2 \neq 0$$

$$H_3: \beta_3 \neq 0$$

Tabla 4. Coeficientes del modelo

Modelo		Coeficientes ^a		
		Coeficientes no estandarizados		t
		B	Desv. Error	
1	(Constante)	-2.750E-16	.051	.00
	β1 Norma Subjetiva	.057	.053	1.06
	β2 Actitud hacia la conducta	.464	.062	7.50
	β3 Control percibido de la conducta	.412	.063	6.54
2	(Constante)	-2.647E-16	.051	.00
	β2 Actitud hacia la conducta	.467	.062	7.55
	β3 Control percibido de la conducta	.425	.062	6.87

a. Variable dependiente: Intención Emprendedora

Fuente: Elaboración Propia.

Modelo 1: La Norma subjetiva tiene pvalor = 0.291 por lo que no hay evidencia para rechazar la Hipótesis Nula, por lo que la Norma Subjetiva no tiene influencia en la intención emprendedora, posteriormente se corre el modelo solo con las dos variables restantes.

Modelo2: Ambos coeficientes tienen pvalor = 0.000 por lo que ambos son significativos para explicar la intención emprendedora.

Supuestos del Modelo

1- Normalidad de los residuos

H_0 : Los residuos se distribuyen Normal

H_1 : Los residuos no se distribuyen Normal

Tabla 5. prueba de Normalidad de los Residuos.

	Pruebas de normalidad				
	Kolmogorov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl
Unstandardized Residual	.038	147	.200	.989	147

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En ambas pruebas el pvalor es superior a 0.05, por lo que no hay evidencia para rechazar H_0 , se concluye que los residuos se distribuyen Normal.

2- Independencia de los errores

Tabla 6. Estadístico Durbin Watson para Independencia de los errores.

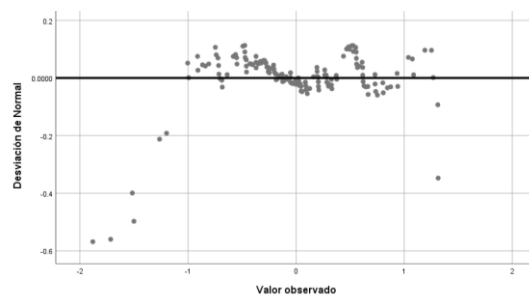
Modelo	Durbin-Watson
1	
2	1.899

Fuente: Elaboración Propia

Nota: La prueba Durbin-Watson = 1.899, dicha prueba debe ser los más cercana a 2, concentrándose entre 1.5 y 2.5, por lo que se concluye que los errores son independientes.

3- Homocedasticidad

Figura 6 Gráfico Q-Q normal sin tendencia.



Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la distribución de los residuos en el tiempo no se aprecia la precedencia de ningún patrón por lo que se puede concluir que la varianza es constante entre los valores pronosticados y los residuos, es

decir, para cada valor de las variables independientes, los residuos se distribuyen de manera semejante

Conclusiones Modelo de Regresión

Análisis de las variables:

β_1 = Actitud hacia la conducta, es significativa para predecir la Intención emprendedora y tiene signo positivo por lo que es positivo el aporte, un aumento en el Índice de Actitud hacia la conducta representa un aumento en el Índice de Intención de Emprendimiento.

β_2 = Control percibido de la conducta, es significativa para predecir la Intención Emprendedora y tiene signo positivo por lo que es positivo el aporte, un aumento en el Índice de Control percibido de la conducta representa un aumento en el Índice de Intención de Emprendimiento.

Discusión

La intención emprendedora en los estudiantes universitarios es un tópico central en la investigación en emprendimiento.

Las Hipótesis de investigación:

H_1 : Los Factores motivacionales tienen influencia sobre la intención emprendedora.

A través de análisis de regresión método utilizado por (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2018) obtuvo que la

motivación era significativa para predecir la intención emprendedora en estudiantes universitarios en Uruguay, en su investigación la motivación fue el factor que más impacto tuvo en la intención emprendedora, mientras que el realizado en los estudiantes de la UTA de Acapulco ambos factores tienen un impacto similar ($\beta_1 = 0.46$ y $\beta_2 = 0.41$, ambas con una desviación de 0.06).

H_2 : La actitud hacia la conducta tiene influencia sobre la intención emprendedora.

A través de la prueba de hipótesis del segundo modelo de regresión se pudo demostrar la hipótesis de investigación sobre la influencia de actitud hacia la conducta sobre la intención emprendedora, resultados similares a los obtenidos por (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2018) o (Gürol & Astan, 2006). De hecho, es necesario poseer este rasgo por aquellas personas que tienen actitud emprendedora, una vez que tendrán un motor impulsor para realizar las actividades con mayor dedicación y eficiencia que lo considerarán como un factor de éxito.

H_3 : La norma subjetiva hacia la conducta tiene influencia sobre la intención emprendedora.

La prueba de hipótesis realizada sobre el Modelo 1 de regresión, no fue estadísticamente significativa para la variable Norma subjetiva, por lo que no hay evidencia en la muestra que permita demostrar la hipótesis de la investigación, resultado similar al obtenido por (Bello & Moyado, 2023), donde obtuvo a través de ecuaciones estructurales que la norma subjetiva no tiene impacto directo sobre la intención emprendedora.

H_4 : El control percibido de la conducta tiene influencia sobre la intención emprendedora.

Por otra parte (Espíritu, 2011) y (Gürol & Astan, 2006) obtuvieron que el Locus Control Interno tiene influencia positiva altamente significativa para la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad de Puebla, Universidad Técnica de Yildiz y la Universidad Akdeniz, resultados similares obtenidos a esta investigación sobre los estudiantes de la UTA de Acapulco. De esta manera, aquellos estudiantes que consideran sus logros o fracasos a su conducta tienden a asumir riesgos para su

necesidad de logro, rasgos de personalidad importantes para la creación de su propia empresa.

Consideraciones finales

Se considera que la intención emprendedora debe ser explicada a partir de diferentes rasgos y contextos. A partir de esta investigación se analizaron cómo pueden influir los factores motivacionales en la intención emprendedora, obteniendo resultados que evidencian la influencia de la actitud hacia la conducta y el control percibido en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Tecnológica de Acapulco. Además, se compararon dichos resultados con los obtenidos en otras investigaciones concordando con los mismos a pesar de contar con contextos diferentes.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Aldas Manzano, J., & Uriel Jimenez, E. (2017). *Análisis multivariante aplicado con R* (Segunda ed.). Ediciones Paraninfo, SA.
- Bello Ayala, J. I., & Moyado Bahena, F. J. (Enero-Junio de 2023). Factores que impulsan en emprendimiento universitario durante el año 2022. Caso: Universidad Tecnológica de Acapulco. *CINTILLO LEGAL*, 2(1), 55-63.
- Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (Julio-Septiembre de 2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XXV(3), 72-87.
- Cronbach, L. J. (Septiembre de 1951). COEFFICIENT ALPHA AND THE INTERNALSTRUCTURE OF TESTS. *PSYCHOMETRIKA*, 16(3).
- Espíritu Olmos, R. (enero-abril de 2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de. *Multiciencias*, 11(1), 65-75.
- Gürol, Y., & Astan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*, 48(1), 25-38. doi:10.1108/00400910610645716
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., & Volfovicz León, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of Technology Management & Innovation*, 13(4). Obtenido de <https://jotmi.org>
- Moyado Bahena, F. J. (2021). Factores que impulsan la intención del emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Acapulco.
- OECD et al. (2021). Perspectivas económicas de América Latina 2021: Avanzando juntos hacia una mejor recuperación. *OECD Publishing*. doi:<https://doi.org/10.1787/2958a75d-es>.
- Pérez López, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. Pearson Educación.
- Prodan, I., & Brnovsek, M. (Mayo - Junio de 2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5-6), 332-347. doi:<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2010.02.002>.
- SEDESOL. (Enero-Marzo de 2017). Jóvenes y migrantes: algunos escenarios del retorno a México. (J. Tun Chim, Ed.) *Panorama de la ocupación juvenil en México*, 1(1). Obtenido de <https://www.gob.mx/imjuve/documentos/panorama-de-la-ocupacion-juvenil-en-mexico>

Torres, F. C., Méndez, J. C., Barreto, K. S., Chavarría, A. P., Machuca, K. J., & Guerrero, J. A. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46-59.

Las redes sociales como estrategia difusión de marketing para la competitividad y crecimiento de las MiPyMe en México, 2020 -2023.

Social networks as a marketing dissemination strategy for the competitiveness and growth of MSMEs in Mexico, 2020 -2023.

Contreras Lovera Imelda

Institución de Adscripción: Centro Universitario UAEM Texcoco

Contreras Lobera Maribel

Institución de adscripción: Universidad Politécnica de Chimalhuacán

Autor de correspondencia:

lobera_maribel@hotmail.com

Resumen

A partir de la pandemia COVID -19, que se decretó el 23 de marzo de 2020, el sector económico fue afectado, por lo que, la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MiPyMe), en México, buscó alternativas para la difusión de la venta de sus productos y servicios haciendo esto posible por medio de las redes sociales, todo esto con la finalidad de optimizar sus recursos y adaptándose a las externalidades de la economía.

Por otra parte, en la investigación, se detectó las principales redes sociales como estrategia de difusión de marketing para la competitividad y crecimiento de las MiPyMe en México, 2020 -2023. Por lo que, las redes sociales actualmente se han convertido en el mercado en un medio de difusión digital para ofrecer productos o servicios, generando toda una dinámica de competitividad y productividad. Así mismo, el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo y cuantitativo en el que permitió identificar los medios digitales en el que se atendieron a los consumidores tales como: Messenger de Facebook que representó el 71%, E-mail (57%), Teléfono móvil (53%), WhatsApp personal (50%), WhatsApp Business (49%), sitio web propio (39%), Instagram (33%), chatbot (12%) y aplicación móvil App propia (6%).

Por consiguiente, las MiPyMes se adaptaron al uso de las redes sociales como un medio de marketing, convirtiéndose así, más competitivas y productivas en el mercado, en relación con su capacidad, flexibilidad y experiencia que tenga en utilizar plataformas digitales para su publicidad y promoción.

Palabras clave: Redes sociales, competitividad, productividad, crecimiento económico.

Abstract

Since the COVID -19 pandemic, which was decreed on March 23, 2020, the economic sector was affected, therefore, the Micro, Small and Medium Enterprise (MSME), in Mexico, sought alternatives for the dissemination of the selling their products and services, making this possible through social networks, all with the aim of optimizing their resources and adapting to the externalities of the economy.

On the other hand, in the research, the main social networks were detected as a marketing dissemination strategy for the competitiveness and growth of MSMEs in Mexico, 2020 - 2023. Therefore, social networks have currently become a means of digital dissemination in the market to offer products or services, generating a whole dynamic of competitiveness and productivity. Likewise, the method used in this research was descriptive and quantitative in that it allowed identifying the digital media in which consumers were served such as: Facebook Messenger which represented 71%, E-mail (57%), Mobile phone (53%), personal WhatsApp (50%), WhatsApp Business (49%), own website (39%), Instagram (33%), chatbot (12%) and mobile application Own App (6%).

Consequently, MSMEs adapted to the use of social networks as a means of marketing, thus becoming more competitive and productive in the market, in relation to their capacity, flexibility and experience in using digital platforms for their advertising and promotion.

Keywords: Social networks, competitiveness, productivity, economic growth.

Introducción

Las empresas en México durante y después de la pandemia COVID -19, han adoptado las redes sociales como una alternativa de difusión digital para promocionar y vender sus productos y servicios en el mercado convirtiéndose así competitivas y productivas.

Las MiPyMes continúan buscando promover su competitividad y productividad bajo mecanismos digitales, provocando un éxito en sus consumidores. Por lo que, el problema de estudio de esta investigación se enfocó a identificar, ¿Cuáles son las principales redes sociales utilizadas como estrategia de difusión de marketing para la competitividad y crecimiento de las MiPyMe en México, 2020 -2023.

Por otra parte, la competitividad permite a los países y a las empresas afrontar favorablemente la competencia, bien sea en el entorno doméstico o internacional y la productividad, establece la relación entre los recursos disponibles, las unidades que se producen y su valor; el

mejoramiento de ésta permite potenciar la capacidad competitiva y agregado.

Fundamentación Teórica

El crecimiento económico ha sido estudiado por precursores tradicionalistas tales como: John Maynard Keynes (1936), en su teoría general que describe el crecimiento como un factor influyente de los agentes económicos como la familia, empresa y el gobierno en la que les permite hacer un análisis de cómo se distribuye el dinero en una economía abierta. Por otra parte, la teoría neoclásica estudiada por los pensadores Marshall (1944), Pigou (1920), hacen referencia al crecimiento económico, en la que, considera que la producción de una empresa está relacionada con las principales variables como son: el capital, trabajo, y el conocimiento o la eficacia del trabajo.

Por otra parte, Sala I Martín (2000), citado por Solow (1956) y Swan (1956), explican que existen tres propiedades de la función de la producción neoclásica combinadas con los factores capital, trabajo y tecnología como son: la función de la producción presenta rendimientos constantes a escala, la función de la producción presenta rendimientos

crecientes a escala y la función de la producción presenta rendimientos decrecientes a escala. Por lo que, la función de Paul Douglas (1928), en la que se analiza la división de la renta nacional entre trabajadores, capital invertido y la tecnología, permaneciendo constante el factor tiempo.

Para Sala I – Martin (2000), cita a Robert Solow (1994), en la que describe la importancia de los factores de la productividad de las empresas determinados en la forma de explicar las tasas de crecimiento de un país en su estado estacionario. Por lo que, el modelo de crecimiento de Solow examina las tasas relativas de crecimiento y la tasa de inversión constante en la que acabará alcanzando un estado estacionario en el que la tasa de crecimiento de la producción por el trabajador es cero y todo el crecimiento en este modelo será transitorio, es decir, ocurrirá durante la transición hacia el estado estacionario.

Finalmente, al igual que el modelo neoclásico, el modelo de crecimiento endógeno resalta el lado de la oferta de la economía regional. Por su interés en la

evolución cualitativa de los recursos locales, tanto humanos como empresariales y de capital, y en la efectividad local de las instituciones a nivel local, el modelo de crecimiento endógeno parece apuntar hacia una intervención activa. En este aspecto es similar al modelo keynesiano, tiene la confianza en el papel del gobierno y de la inversión autónoma empresarial que en los mecanismos automáticos del mercado.

Por otra parte, Hulten (2001), señala que el crecimiento económico y la productividad se mide a partir de sesgos como es la existencia de rendimientos constantes a escala, que permite que la suma de las participaciones factoriales en el ingreso se ajuste a la unidad, la participación relativa de los factores de la producción y el cambio tecnológico que se vinculan con la productividad marginal del trabajo y capital. Sin embargo, existen otros enfoques que vinculan el crecimiento económico con la productividad como Hulten (2001), que señala que la productividad se mide a partir de sesgos:

El que deriva de la no observancia del supuesto de la existencia de rendimientos constantes a escala, que permite que la suma de las participaciones factoriales en el ingreso se ajuste a la unidad.

1. Las participaciones relativas de los factores en el producto, lo que reclama del supuesto de que los factores se pagan de acuerdo con su productividad marginal.
2. El supuesto de que el cambio tecnológico deba ser neutral, es decir, que el cambio tecnológico no afecta de manera diferente las productividades marginales de cada uno de los factores de producción.

Por lo tanto, la productividad suele ser equivalente a eficiencia, dado a un conjunto de insumos, procesos tecnológicos capaces de generar la máxima producción posible, que suele estar determinada por la máxima capacidad alcanzable por unidad de tiempo (Roscoe, 1963).

Según Farrell, (1957), examina la estructura de la eficiencia productiva de las empresas, la cual puede ser considerada como el producto de dos términos: la eficiencia técnica y la eficiencia asignativa (eficiencia precio). La eficiencia técnica, se logra si la empresa opera en cualesquiera puntos de

esa frontera de producción, es decir, si dada la utilización de insumos, la empresa es capaz de generar la máxima producción que es técnicamente posible, dada la tecnología empleada. Si por cualquier razón ello no es posible, se dice que la empresa opera de manera técnicamente ineficiente.

Para Montes (2003), define productividad como la relación insumo - producto que se lleva a cabo en cualquier entidad y actividad organizacional, es decir, la productividad está dada por un “cociente” que indica qué tantas unidades se produjeron en virtud de los insumos utilizados con una visión totalmente enfocada y permeada por la eficiencia o, en otras palabras, “el proceso de hacer más con menos”.

De acuerdo con Krugman (2012), describe que la productividad no lo es todo, pero, en el largo plazo, es casi todo. La habilidad de un país de mejorar su nivel de vida en el tiempo depende, casi exclusivamente, de su habilidad de aumentar su producto por trabajador.

Para otros autores como Nishimizu y Robinson (1986), definen a la productividad total de los factores, como un mecanismo de estímulo de respuesta, son los rendimientos de los esfuerzos empresariales que aumentan en la medida en que la producción se someta más a la competencia extranjera. Por lo tanto, representa un mejoramiento en la liberalización comercial y promoción de las exportaciones, los bienes intermedios y de capital importados.

Por otra parte, Galeana (2019), describe que la competitividad puede ser clasificada de acuerdo con dos criterios: nivel descriptivo y por tipos. A nivel descriptivo se refiere a contextos de diferente nivel: Micro, Meso y Macro, es por ello por lo que, la competitividad a nivel empresarial, regional y nacional o internacional, o bien, de competitividad sistémica; y por tipo se subdivide en términos de insumos y de productos.

Otra definición de competitividad es la capacidad de diseñar, producir y vender bienes, cuyos precios, calidad y otros valores son más atractivos que los que

ofrece la competencia (en el caso de la competitividad global), (Flejterski,1988).

Para Porter (1990), el primero en estructurar y sistematizar un cuerpo teórico en torno al concepto de competitividad en la empresa, esta consiste en: “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo se basa en el aumento de la productividad. Por lo tanto, los efectos negativos que se pueden provocar en las empresas y el país son: descenso de la calidad de vida (disminución de productividad), un crecimiento en inflación provoca crecimiento del costo unitario en relación de la mano de obra, las exportaciones no competitivas provocan una disminución en el volumen de las ventas, declinación de las inversiones provoca una reducción de la mano de obra en función del uso de la capacidad tecnológica.

De acuerdo con el autor Garduño (2013), en el que cita a Krugman (1991), Nadiri (1970) y Sunley (2003), en el que se menciona que la competitividad en México es un agregado microeconómico de las empresas en el que buscarán aumentar y beneficiar su productividad, pero también indica que estas transferencias están dadas por los beneficios productivos mediante la mejora de salarios. Así mismo, determinan que existe una competitividad urbana basada a los atributos de la empresa, es decir, son las cualidades nacionales, tecnología y la producción con rendimientos crecientes en la que representan una ventaja competitiva en función del trabajo y los salarios.

I. Análisis y Diagnóstico.

De acuerdo con la revista Forbes (2020), mencionó que las MiPyMes presentaron una serie de medidas y cambios legislativos en la que se frenó su crecimiento y expansión en el mercado. Esto se debió principalmente a 3 apartados que se incluyeron en el paquete económico:

1. Disminuyó el 32% el presupuesto de egresos, ya que únicamente se contempló 1,929 Mdp comparado con los 4,314 que se asignaron en el 2019. Por lo que, se esperaba dar impulso a programas financieros con tasas preferenciales buscando apoyar a 130,000 PyMes y 370,000 micronegocios (MiPyMes) con financiamientos de hasta 270 mil Mdp.

2. En el ámbito fiscal se pretendió gravar a las actividades de plataformas digitales con una retención de entre el 2% y 17% en IVA, y retenciones del ISR del 2% al 8%, incluye personas, transporte y entregas, significando así que se ve afectando la competitividad de las PyMes.

3. El delito grave de la emisión de facturas falsas, medida con lo que el gobierno federal esperó recuperar hasta el 30% de los 80 mil millones de dólares que se pierden en las Finanzas Públicas.

Por otra parte, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020), en los resultados de la segunda edición del ECOVID-IE y del Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN), estima que el 86.6% de 1, 873, 564 empresas en México tuvieron alguna afectación a causa de la pandemia

representando el 7 % menos con respecto a antes de que se diera la pandemia que representaba el 93.2% que las empresas reportaron haber tenido alguna afectación. En la tabla 1, se analiza la representación demográfica de los negocios.

Tabla 1. Demografía de las PyMes en México, 2020.

MiPyMe	Total Establecimientos	% Establecimientos
Total	4,900,000	100%
Nacieron	619, 443	12.75%
Sobrevivieron	3,900,000	79.19%
Cerraron	Más de 1,000,000	20.81%

Fuente: Elaboración propia con base a información de INEGI (2020).

En la tabla 1, se analizó el total de establecimientos que nacieron, sobrevivieron y cerraron sus operaciones, en el que se detectó la participación de establecimientos de Servicios Privados no Financieros con el 24.92%, Comercio el 18.98% y Manufacturas con el 15%. Así mismo, el sector comercio tuvo un 13.75% de establecimientos nacientes, mientras que los sectores de Servicios Privados no Financieros, y Manufacturas tuvieron 12.85% y 8.78% respectivamente.

Por otra parte, otro de los problemas detectados en el segundo trimestre del 2020, que frenaron la competitividad y crecimiento del sector económico de las MiPyMes, fue principalmente a la disminución de los ingresos, baja demanda y escasez de los insumos en relación con la difusión de sus productos y servicios en el mercado, en la tabla 2, se muestra el porcentaje de afectación de los negocios durante este año.

Tabla 2. Factores de afectación por demografía del negocio durante la pandemia.

Concepto	Nacional	Micro	PyMe	Grande
Disminución de ingresos	79.2%	80.3%	73.7%	11.9%
Baja demanda	51.2%	51.9%	47.2%	13.1%
Escasez de insumos	22.8%	23.2%	19.0%	13.5%

Fuente: Elaboración propia con base a información de INEGI (2020).

En la tabla 2, se observa el nivel de afectación de las empresas en relación con los ingresos, demanda e insumos, es decir, el empresario se vio en la necesidad de desplazar su capital de trabajo en 16.3% o en caso contrario la reducción total debido al cierre definitivo de la organización.

Por lo que, las medidas sanitarias que se obligó a llevar a cabo las empresas estrategias para poder comercializar sus productos y servicios en el mercado en relación con el uso de campañas de información y comunicación virtual, como se analizan en la tabla 3.

Tabla 3. Medidas Sanitarias implementadas por las MiPyMes, 2020 -2022.

Concepto	Micro		PyMe		Grande	
	2020	2022	2020	2022	2020	2022
Medidas sanitarias	95.9%	6.4%	98.6%	18.8%	98.9%	0%
Campanas de información y comunicación virtual.	53.9%	49.9%	77.5%	52%	92.8%	95.5%

Fuente: Elaboración propia con base a información de INEGI, (2022), ENAPROCE (2023).

En la tabla 3, se observa que el porcentaje de participación por parte de la MiPyMe con respecto a los años 2020 y 2022, se continúa utilizando los medios digitales para promocionar y vender sus productos y servicios en el mercado, en el caso particular de la microempresa disminuyó en 9.25% y la PyMe en 32.9% mientras que las empresas grandes incrementó en 3% en uso de las redes sociales como

medio de difusión para su crecimiento y productividad.

Por otra parte, cabe destacar que el 2020, las MiPyMe, se enfrentaron a problemas severos de endeudamiento provocando el incumplimiento con sus acreedores. En la tabla 4, se muestra el total de deuda contraída, con la finalidad también de satisfacer las necesidades del empresario y el consumidor.

Tabla 4. Pago de Deuda contraída por las MiPyMes.

Concepto	Total	Micro	PyMe	Grande
Retraso en pago de la deuda	60.0%	38.0%	34.0%	19.3%
Sin Retraso del pago de la deuda	37.6%	0.0%	40.0%	60.0%
Sin deuda	13.7%	13.7%	13.7%	13.7%

Fuente: Elaboración propia con base a información de INEGI, (2020).

En la tabla 4, se analizó la participación del pago de la deuda contraída de las MiPyMes, es decir, esta deuda se debe a los atrasos derivado por la reducción severa de inversión y demanda efectiva en el mercado de bienes y servicios.

De acuerdo con INEGI (2020), el 99.8% de las unidades económicas de México entre Pequeñas y Medianas empresas, aportan el 42% del PIB y generan el 78% del empleo.

Por otra parte, la Asociación de Emprendedores de México (ASEM,2020) realizó una encuesta en la que arrojó este estudio que el 77% de las MiPyMes podrían dejar de operar y el 25% se vio forzada a despedir parte de su personal. Así mismo, el 57% de los microempresarios entrevistados expresaron que tuvieron la dificultad para pagar a sus empleados; 3 de cada 10 tuvo la dificultad de pagar sus préstamos y créditos; el 40% tenía problemas para pagar impuestos; el 47% mostró dificultades de cobranza a sus clientes, y el 87% de las empresas perdieron ventas, clientes y aprobación de nuevos trabajos.

Por otra parte, en la tabla 5, se muestra que las empresas han adaptado mecanismos para mejorar su productividad y competitividad, a través la venta de sus productos y servicios por medio de comercio electrónico.

Tabla 5. Participación de la PyMes de la venta de sus productos y Servicios por medio de comercio electrónico.

2013=100			
Periodo	Millones de pesos a precios corrientes	% Participación	Incremento
2013	481,232	100%	100%
2014	595,556	124%	24%
2015	662,367	138%	38%
2016	818,696	170%	70%
2017	1,013,258	211%	11%
2018	1,175,809	244%	144%
2019	1,462,583	304%	204%
2020p	1,915,984	398%	298%

Fuente: Sistema de cuentas Nacionales (2020)

En la tabla 5, se muestra que el año de estudio es el 2013, en el que cabe resaltar que fue el periodo en donde se dieron más apoyos de financiamiento a las MiPyMes y la creación del INADEM, por tanto, la contingencia sanitaria COVID -19, provocó que las empresas renovaran sus procesos de comercialización y las que no lograron esta adaptación digital desaparecieron.

En la tabla 6, se ilustran las principales redes sociales que se ocupan como medio de difusión de las empresas.

Tabla 6. Participación porcentual del uso de las redes sociales como estrategias de difusión de las MiPyMe, 2020 -2023

Herramienta Tecnológica	% 2020	% 2021	% 2022*	% 2023
1. Facebook	88%	82%	80	77.5%
2. Sitio Web	61%	66%	62.4%	58.8%
3. Instagram	56%	58%	58%	58.2%
4. WhatsApp Bussines	55%	42%	40%	38.3%
5. LinkedIn	26%	37%	36%	36.3%
6. Google Maps	23%	27%	26%	26.1%
7. Twitter	17%	19%	9%	0%
8. E-mail	16%	17%	15%	13.6%
9. Tik Tok Business	0%	0%	5%	10.9%
10. YouTube	16%	19%	17%	15.7%
11. Buscadores	13%	15%	12%	9.4%
12. Marketplace	12%	19%	15%	10.7%
13. Directorios especializados	6%	6%	6%	6.0%
14. Blogs	5%	8%	6%	4.3%
15. Aplicación móvil	4%	5%	3%	2.6%
16. SMS	3%	0%	1.5%	3.6%
17. Plataformas de gestión de eventos	3%	0%	0%	0.8%
18. Influencers	0%	0%	1%	2.0%
19. Podcast	0%	0%	1%	3.3%

Nota: * Cifras preliminares.

Fuente: Elaboración propia con base información de ASEM, 2023.

En la tabla 6, se observa las principales redes sociales que utilizan las MiPyMes como una opción de comunicación con sus clientes actuales y potenciales, siendo utilizados también para la promoción de

productos, la investigación de mercados, el conocimiento del comportamiento del consumidor e incluso como un canal de ventas. Así mismo, se analiza que el empresario de la MiPyMe ha utilizado con más frecuencia Facebook, sitio Web e Instagram para dar a conocer su producto como parte de su publicidad y promoción, significando así el 57% de sus ventas realizadas de manera digital y el 43% representaría las ventas no digitales.

A partir de las ventas de productos y servicios de manera digital, se utilizaron las siguientes aplicaciones para atender al consumidor, tales como: Messenger de Facebook que representa el 77%, E-mail (15%), WhatsApp Business (40%), sitio web (62.4%), Instagram (58%). Otra manera de generar competitividad por parte de las MiPyMes son las formas de pago como se muestra en la tabla 7.

Tabla 7. Métodos de pago de la MiPyMe.

Método de pago	% Participación	Método de pago	% Participación
1. Transferencias bancarias	85%	7. Marketplace	16%
2. Depósito bancario	70%	8. Billetera electrónica (Wallet)	14%
3. Efectivo	70%	9. Código QR	11%
4. Terminal física para tarjeta de crédito o débito	38%	10. Vales de despensa	3%
5. Orden de pago o pago a distancia	29%	11. Plataforma de eventos y venta de boletos	2%
6. Sistema de cobros integrado en sitio web de la empresa	20%		

Fuente: Elaboración propia con base a información BANXICO, ASEM, 2020.

En la tabla 7, se analizan los principales métodos de pagos por parte de la MiPyMe lo que significa una ventaja competitiva en las formas de estar presente en el mercado de bienes y servicios por la tanto estas nuevas formas de operar en los distintos métodos de pago como: SPI, DALI y SIAC. El método SPI, es el principal medio por el cual los bancos liquidan transacciones entre ellos y sus clientes. El método DALÍ, es un sistema de depósito, administración y liquidación de valores que se liquidan en el mercado de valores y el método SIAC, opera con cuentas corrientes que los bancos tienen en el

banco central. Por otra parte, el índice de competitividad de las MiPyMes en México es analizada a partir de distintos enfoques como: institucionalidad, infraestructura apropiada, factores macroeconómicos estables, nivel educación, identificación del mercado de bienes y servicios, mano de obra y mercados financieros, entre otros.

Así mismo, el nivel de competitividad y productividad por parte de las empresas se debe a las nuevas exigencias de mercado de bienes y servicio, así mismo, el empresario va generando más confianza en la participación de comercio electrónico. Por tanto, es importante resaltar que la MiPyMe, logró sobrevivir durante la pandemia todo por la forma de vincularse de manera digital, sus fuentes de inversión y financiamiento para ser competitivas y productivas en el mercado de bienes y servicios, el éxito de estas básicamente se debió a su renovación en las formas de cómo hacer llegar sus productos y servicios al consumidor.

Conclusiones

Las MiPyMes ha desarrollado estrategias que le han permitido prevalecer en el mercado. Por lo tanto, se determina que ha tenido una participación compleja ya que se ha adecuado al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), debido a que le ha permitido ser más competitiva al tener inclusión tecnológica, para el caso de la conectividad de las organizaciones como la microempresa que alcanzó una participación del 17.2%, la pequeña 81.2%, la mediana y grande alcanzó un porcentaje del 91.2%.

Por consiguiente, las MiPyMes se adaptaron a las formas de trabajo como el home office, ventas en línea, adquisición de insumos y materias primas, como estrategias de la comunicación y distribución de la oferta comercial de un negocio, especialmente las redes sociales, que ocupa ya un lugar importante en su plan de comunicación. Además de la incorporación tecnológica, se puede considerar que es una herramienta de desempeño laboral. Así como también, se está expandiendo y creando una experiencia digital que involucra a los consumidores.

Por lo tanto, se ha generado una era digital en ámbitos nacionales e internacionales, y logrando así la inclusión en el uso de las redes sociales. Sin embargo, el 2020 y 2021 para algunas empresas fue su desaparición al cual se acuñe por la falta de ingresos, falta de capacitación, baja demanda de los bienes y servicios, por consiguiente, estos afectan directamente en la productividad y competitividad de la MiPyMe agregando otros indicadores que afectan como la inflación, incremento del desempleo, disminución de la inversión, desplazamiento de la mano de obra, incremento en los precios de las materias primas e insumos, disminución en la demanda efectiva, incremento de las tasas de interés, falta de capacitación en el uso de tecnologías y la confiabilidad del empresario.

Por otra parte, instituciones como el Instituto Mexicano del Emprendedor (IME), Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), Secretaría de Economía (SE), Nacional financiera (NaFin), entre otras, son organismos que sirven de inclusión para la MiPyMes en México

Otro de los efectos en términos de competitividad que presentó la MiPyMe, son las interrupciones en las cadenas de suministro nacional e internacional, la pérdida de exportaciones de productos manufacturados a causa del confinamiento, crisis económica, estrategias de recuperación, incumplimiento en pago de deuda a corto plazo, intensificación de la digitalización, Por tanto, las estrategias de las empresas que siguen utilizando herramientas

digitales tales como: redes sociales, marketing de compromiso, prosumidores, comunidad de marca, advertainment, blog vertising, podcasting, widgets o gadgets, web semántica, marketing viral, marketing móvil.

Referencias

- Carro Paz Roberto, (s.f.), administración de las operaciones: Productividad y competitividad, Ed. Universidad de Mar de Plata. Recuperado en: http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Díaz Bautista Alejandro, Sáenz Castro Jorge Enrique, (2002), Productividad total factorial y el crecimiento económico de México. Economía y Desarrollo - Marzo 2002, vol. 1, N° 1. Recuperado en: <http://uac1.fuac.edu.co/revista/M/ocho.pdf>
- Farrell, M. J. (1957). "The measurement of productive efficiency." Journal of the Royal Statistical Society, Series A, General, 120, Part 3: 253-81.
- Fajnzylber, F. (1988). Competitividad internacional: evolución y lecciones. Revista de la CEPAL.
- FORBES, (2020), Recuperado en: <https://www.forbes.com.mx>
- Hernández Laos, Enrique, (2007), La productividad multifactorial: concepto, medición y significado Economía: Teoría y práctica, núm. 26, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/2811/281122893002.pdf>
- Hulten, Ch. R. (2001). "Total factor productivity: a short biography." En Hulten, Dean y Harper (eds.) New developments in productivity analysis. Chicago: University of Chicago Press.
- Hulten, Ch. R., E. R. Dean y M. J. Harper (Eds.) (2001). New developments in productivity analysis. Chicago: University of Chicago Press.
- Krugman, P. (1997). El Internacionalismo Moderno. México: Crítica, ed. Pearson.
- Krugman P. (2012), Economía internacional teoría y política, ed. Pearson
- Porter, M. The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. 1990
- Porter, M.E. (2001), ¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones?, Harvard Deusto Business Review, N° 44, Barcelona, Planeta.

Roscoe, E. S. (1963). *Organization for production* (3a edición). Homewood: Richard D. Irwin.

Montes Cruz, Federico, *El proceso estratégico de los negocios*, IESAP, México,

Sala-I-Martin, Xavier (2000). *Apuntes de crecimiento económico*. Editorial Antoni Bosch, Barcelona, España, Segunda edición, 250p. (33) Solow, Robert M. (1957). *Technical change and the aggregate production function*. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 39 (3), USA. Pp. 312-320

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2023). Recuperado en: https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE_DEMOGNEG.pdf

Banco de México, (2023). Recuperado en: www.Banxico.gob.mx

Asociación de Emprendedores en México, (2023), Recuperado en: <https://asem.mx/>

Asociación de Emprendedores en México, (2022), Recuperado en: https://asem.mx/uploads/library/5fab135fe5396_Radiograf%C3%ADa%20del%20Emprendimiento%20en%20M%C3%A9xico%202020.pdf

**Metodología para la identificación y análisis de las brechas
asistenciales en los sistemas y servicios de salud**

**Methodology for the identification and analysis of care gaps in health
systems and services**

Iraisi Francisca Hormigó Puertas

ORCID: 0000-0002-7728-2208

Instituto Cubano Oftalmológico Ramón Pando Ferrer.

Ana Rosa Jorna Calixto

ORCID: 0000-0002-4019-4706

Escuela Nacional de Salud Pública. Cuba

Heberto Romeo Priego Álvarez

ORCID: 0000-0001-9217-5702

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco: Villahermosa, Tabasco, México

Autores de correspondencia:

iraisi.hormigo@gmail.com

heberto_priego@hotmail.com

Resumen

Objetivo: Describir la metodología para la identificación y análisis de las brechas asistenciales en los sistemas y servicios de salud. **Método:** se realizó una investigación cualitativa de tipo fenomenológica con enfoque gerencial. Se emplearon herramientas y técnicas de gestión por procesos en salud y metodología Lean- sanidad. El trabajo de campo se realizó en los municipios La Lisa, Marianao y Playa donde se exploraron las experiencias y expectativas de los pacientes, el criterio de médicos de familia y oftalmólogos. Se consultaron posibles usuarios para que aportaran criterios sobre la validez del estudio. **Resultados:** Se describen los pasos para la identificación de las brechas en un servicio médico. **Conclusiones:** La metodología para la identificación de las brechas se corresponde con los ocho grupos del enfoque Lean adaptado para su empleo en organizaciones sanitarias.

Palabras clave: brechas en la atención sanitaria, brechas asistenciales, Cuba

Abstract

Objective: Describe the methodology for the identification and analysis of care gaps in health systems and services. **Method:** a qualitative phenomenological research with a managerial approach was carried out. Process management tools and techniques in health and Lean-health methodology were used. The field work was carried out in the municipalities of La Lisa, Marianao and Playa where the experiences and expectations of patients, the criteria of family doctors and ophthalmologists were explored. Potential users were consulted to provide criteria on the validity of the study. **Results:** The steps for identifying gaps in a medical service are described. **Conclusions:** The methodology for identifying gaps corresponds to the eight groups of the Lean approach adapted for use in healthcare organizations.

Keywords: gaps in health care, care gaps, Cuba

Introducción

La tendencia más reciente en cuanto a la racionalización y simplificación de los procesos en los sistemas y servicios de salud descansa en la aplicación de la metodología Lean.

En el caso de las organizaciones sanitarias se le conoce como Lean Health Care, Lean-sanidad o Lean Salud. Es una metodología enfocada a identificar los puntos críticos del proceso de atención que no añaden valor para el paciente. Estos puntos son conocidos como brechas o mudas. Soler Porro, et al. (2023)

Uno de los pioneros en aplicarlo en el contexto de la atención médica fue el Virginia Mason Medical Center que implementó su propio programa Lean, para situar al paciente en el centro de la atención, así como para identificar y eliminar las brechas, en función de mejorar la productividad y la eficiencia. Kenney, (2011)

Las deficiencias en los servicios sanitarios por brechas existentes como pueden ser diagnósticos erróneos, tratamientos inadecuados u otras causas que no generan valor para los pacientes, provocan gastos adicionales de recursos. En la revista Lancet Global Health

Comission se reporta que en Estados Unidos las muertes ocasionadas por enfermedades tratables representan un gasto aproximado de seis billones de dólares en su economía anual. Kruk, (2018)

Desde el punto de vista gerencial, las brechas como concepto asociado a la eficiencia de las empresas, surge de una manera estructurada y práctica a partir de los trabajos de Frederick Taylor, reconocido como el padre de la administración científica, al concebir los estudios de tiempo y movimiento, desarrollar los métodos de cómo instrumentarlos, aplicarlos en la industria y alcanzar relevantes resultados. Martino, (2022)

A pesar de sus bondades tecnológicas, el modelo de Taylor, estaba basado en concebir al obrero como una pieza más del flujo de operaciones, sin derecho a pensar o actuar por su cuenta, sino a hacer lo que el sistema le indicara. No obstante, los conceptos tayloristas sobre simplificación y racionalización de procesos quedaron como una tendencia hacia la eficiencia que se generalizó en numerosos sectores de la industria, el transporte, los servicios, la administración y la salud, apoyada en metodologías e instrumentos que le

dieran validez técnica. El punto de partida de todas estas metodologías lo constituye el detectar las brechas, analizarlas, clasificarlas, identificar sus causas y crear soluciones para su eliminación o disminución. Arellano, (2017)

Todo lo relativo a simplificación y racionalización de procesos tiene una particular importancia en cuanto a los sistemas y servicios de salud. No solo por el modo de pensar en que se manifiestan, también por su vinculación con el bienestar y la salud de las personas y poblaciones.

Si estas características no se toman en cuenta, se facilita la ocurrencia de brechas de numerosos tipos tales como acciones redundantes y contradictorias, riesgos evitables para el paciente, diagnósticos tardíos, acciones secuenciales que debieran ser simultáneas, molestias y dolores evitables, desbalance entre cargas y capacidades, flujos no orientados al paciente y diseño físico complicado, entre otros. Valdebenito, et al. (2018)

La idea básica de la metodología Lean es identificar en los procesos todas aquellas acciones, decisiones, movimientos, desplazamientos o competencias que no aportan valor para el paciente y por tanto

pueden considerarse desperdicios, despilfarros o brechas. La metodología incluye una caracterización de los siete tipos de desperdicios (brechas, en este estudio) más comunes, con su correspondiente explicación, lo que sirve de guía para identificar los propios. The Lean Enterprise Academy, (2007)

Dada las características que tienen los procesos en los sistemas y servicios de salud, el punto de partida práctico para su desarrollo consiste en conocer las experiencias de los pacientes, o sea, lo que piensan, sienten, esperan y opinan acerca de lo que sucede durante ese tránsito.

Para la obtención de esta información es necesario asegurar, que les permita expresarse de manera libre, condiciones con la mayor naturalidad posible y sin la presencia de condiciones o personas que puedan limitarle, lo que implica el empleo de métodos y técnicas de corte cualitativo que lo facilitan tales como grupo focales, grupos de discusión, entrevistas no estructuradas o variantes afines a la tormenta de ideas, las que son habituales en los estudios relacionados con la gerencia en salud. Alegre Brítez, (2022)

El procesamiento de estos discursos debe permitir identificar las familias de brechas a que tienen que enfrentarse los pacientes para lograr un tipo de servicio sin rupturas en sus secuencias, satisfactorio para sus expectativas y seguro. Los siete tipos de desperdicios que se utilizan de manera común en muchos sectores, no se adaptan de forma total en el caso de los sistemas y

servicios de salud, por lo que surgieron variantes más afines que se emplean como guía para trabajos de racionalización y simplificación de procesos en organizaciones sanitarias. Payer Castanedo, (2018)

La tendencia más generalizada en cuanto a esta variante se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Tipos de despilfarros del enfoque Lean adaptados para su empleo en organizaciones sanitarias ^(a)

Tipo de despilfarro	Descripción	Ejemplos
Esperas	Periodo de inactividad por una actividad anterior o posterior que no se produce.	Demora por asignación de cama, por el alta, por tratamiento, por pruebas diagnósticas, por medicamentos, por aprobación, por el médico, por la enfermera, por fallas de sincronización.
Excesos	Acciones que se apartan de los intereses del paciente, pero obligatorias por norma.	Papeleo, proceso o pruebas redundantes, aplicación intravenosa cuando oral sería suficiente, múltiples cambios de cama, de localización o del servicio. Identificaciones reiteradas. Exceso de encuestas.
Inventario	Materiales y productos almacenados en exceso. Deficiente gestión de inventarios.	Muestras de laboratorio pendientes de análisis, usuarios de urgencia en espera de cama, medicamentos que se vencen. Pedidos acumulados. Material sobrante o en desuso. Expedientes por tramitar. Etiquetas confusas. Exceso de material en planta.
Transporte	Desplazamientos innecesarios o complicados.	Traslados mal concebidos de pacientes, muestras, medicamentos o suministros. Recorridos evitables o simplificables.
Movimientos	Materiales, suministros o formularios fuera del entorno de quien los emplea o de la persona que lo requiere.	Búsqueda de medicamentos, historias clínicas, autorizaciones, pacientes o resultados a cargo enfermeras en localizaciones distantes o complicadas. Medios diagnósticos fuera del alcance del prestador.
Sobre-producción	Intervenciones, estudios o acciones que el paciente no requiere, al menos ahora.	Más citas a consultas de las requeridas. Estudios redundantes al pasar al especialista. Preparación de reactivos o medicación anticipándose a la necesidad real. Exceso de medicamentos.
Defectos	Eventos que afectan el bienestar, la salud o la recuperación del paciente.	Identificación errónea de pacientes, muestras o medicamentos. Lesiones por medicación errónea. Varias extracciones para un mismo análisis. Diagnósticos equivocados. Prácticas no seguras. Tratamientos o intervenciones erróneos
Potencial humano	Uso ineficiente de las capacidades, experiencias y habilidades de las personas.	Subutilización de competencias disponibles. Médicos en el puesto erróneo. Insuficiente preparación. Desactualización. Aislamiento.

(a) Fuente. Vaz B, Almeida A, Branco C. Lean Healthcare, calidad sin derroche. Consorci Sanitari Integral. Barcelona: Universidad da Beira

(b) Interior. 2003. p. 3.

Las técnicas a emplear para el procesamiento varían, pero se destacan entre ellas: trabajo en equipo orientado a consenso; diagrama de procesos, tormenta de ideas, diagrama de afinidad, mejora continua y diagrama de espagueti; todas ellas de uso frecuente en el campo de la gerencia y los sistemas de calidad. A partir de la obtención de este producto, se aplican técnicas de organización y análisis de brechas que permiten facilitar la preparación de las acciones correctivas.

Entre estas técnicas están la matriz DAFO, diagrama de causa efecto, técnicas de análisis, solución de problemas, gestión de suministros y balance de cargas y capacidades entre otras. El efecto final de este paso debe consistir en que todo el flujo se oriente hacia el paciente con una reducción al máximo de desperdicios, concepto que es similar a la aplicación del enfoque Lean en cualquier otro sector, pero referido en esos casos al cliente. El presente estudio propone una metodología para la identificación de las brechas en el proceso de atención que reciben los pacientes diabéticos tipo 2 en su tránsito por los servicios primarios.

Brechas en la atención médica integral al paciente diabético tipo 2.

Desde hace varios años las enfermedades crónicas son la principal causa de muerte y discapacidad en el mundo, las que aportan más de la mitad de la mortalidad por todas las causas y el 46 % de la carga mundial de morbilidad. World Health Organization, (2004)

Tanto los avances científicos como el personal sanitario se enfocan en resolver este problema, sin embargo, hay investigaciones que plantean que los pacientes no reciben la atención que desean o necesitan. Coleman, Katie; Austin, Brian T; Brach, Cindy; Wagner Edward. (2010).

Los servicios sanitarios deben organizarse en función de mejorar los resultados de salud de los pacientes, a partir de cambiar la atención ambulatoria rutinaria por una atención centrada en la persona y basada en la evidencia. Es preciso que la atención a los pacientes crónicos sea proactiva, planificada y poblacional.

Diferentes estudios muestran brechas en los procesos de atención en el nivel primario de salud, en pacientes con enfermedades crónicas. En los mismos se comenta la necesidad de visualizar e intervenir sobre las brechas existentes tanto en el diagnóstico como en el tratamiento de las personas con este tipo de enfermedades. Gómez C, Constanza et al. (2019)

Señala un trabajo publicado en Bélgica que muchos pacientes reciben servicios subóptimos, atención inadecuada, insegura y costosa debido a que la subutilización de la investigación por parte de los profesionales de la salud es un problema común en el ámbito de la atención primaria. Peters, Sanne; et al (2020).

Otro ejemplo de brechas en la atención primaria a pacientes crónicos lo muestra una investigación realizada en Chile con la finalidad de identificar las dificultades que enfrentan las personas con discapacidad, sus familias y/o cuidadores para poder ejercer sus derechos de salud, en este nivel de atención, como núcleo articulador del sistema sanitario. Se constató que el caso de estas personas en la atención primaria de salud no consiste solo en un tema de derechos, sino de las barreras que el

entorno posee y que son invisibles para el sistema de salud, que no tiene en cuenta las condiciones del ambiente al momento de prestar su atención. Gómez C, Constanza et al. (2019)

Hace más de dos décadas, en Estados Unidos se adoptó el Chronic Care Model, basado en el modelo de atención a crónicos desarrollado por Edward Wagner, que trata de introducir un programa de calidad para mejorar la atención ambulatoria en seis áreas. El modelo está diseñado para lograr los cambios mediante una combinación de atención en equipo e interacciones planificadas, apoyo reforzado a la autogestión por un uso más eficaz de los recursos comunitarios, integrado a la toma de decisiones y registros de pacientes y otras tecnologías de la información como soporte. Renders, C.M (2002)

Sin embargo, un trabajo realizado también en Estados Unidos, en el año 2014, hace evidente que, aunque se promovió esa iniciativa, todavía no todas las organizaciones sanitarias prestan servicios multidisciplinarios, coherentes con el modelo de atención crónica. En el trabajo se señala que, en una muestra representativa a nivel nacional, de personas mayores diabéticas con

cobertura de seguro médico, se encontró que persisten brechas en la atención oftalmológica a nivel primario, debido a que las tasas de exámenes oculares a esta población permanecen muy por debajo de los niveles recomendados. Sloan F. (2014)

Otro estudio en México revela que, a pesar de la urgencia que representa para los servicios de salud la tendencia creciente de la diabetes mellitus en el país, existen barreras que limitan la calidad de la atención integral al diabético. Entre las barreras se incluye la falta de seguro médico y escasez de recursos en el nivel de atención primaria, el incumplimiento por parte del médico de las pautas de tratamiento, incluidos generalistas y especialistas, el rechazo de un enfoque multidisciplinario para el tratamiento de la diabetes y la persistencia de un modelo de enfermedad aguda. Rodríguez-Saldana (2010). Estas barreras difieren de las que se manifiestan en el contexto de esta investigación.

En el estado de Tabasco, México, durante la evaluación de la calidad de la atención médica en unidades primarias de salud se encontró, entre otras brechas, que el conocimiento del personal médico encargado de la atención a los pacientes

con diabetes mellitus tipo 2 era insuficiente en aspectos básicos de la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de la enfermedad. En dicho estudio la autora hace referencia a un discurso del paciente:

“De los servicios médicos, manifiestan que son pésimos, que resulta inútil acudir a la consulta porque siguen descontrolados, que los médicos dedican poco tiempo a los pacientes, resaltan la falta de medicamentos, así como no considerar a los familiares dentro de su tratamiento y/o planes alimenticios que prescriben, además, del gasto que provoca en la familia”. Ávalos, (2010)

En Cuba, una investigación llevada a cabo sobre brechas en el manejo del paciente diabético tipo 2 en un área metropolitana de La Habana, destaca que hay brechas relacionadas con el acceso a los servicios de salud, inestabilidad del personal sanitario, demoras en la atención, fallas en el control de los pacientes e incumplimiento en la programación y periodicidad de consultas médicas de seguimiento. Como se aprecia, a pesar de los esfuerzos y estudios que se realizan internacionalmente para garantizar la atención integral de las personas con enfermedades crónicas, aún persisten fallas o brechas que comprometen los

resultados, entre ellas las referidas a la atención oftalmológica. Este referente se tuvo en cuenta en la concepción de esta investigación.

Metodología para indagar sobre las brechas en los procesos asistenciales

Se realizó una investigación cualitativa de tipo fenomenológica con enfoque gerencial, en la que se emplearon herramientas y técnicas procedentes de la gestión por procesos en salud y la metodología Lean-sanidad. Aichouni (2023).

Se comenzó con la búsqueda de literatura y documentos que resultaran esenciales para sustentar la investigación.

Dada la cantidad de materiales encontrados, con el apoyo de un informático, se montó una base de datos informatizada que facilitó hacer búsquedas a texto abierto bajo diferentes criterios (temas, autores, tendencias y complicaciones). Se utilizó tanto para el diseño de la investigación como para la organización, análisis y presentación de los resultados.

Las experiencias, criterios, sentimientos y expectativas de pacientes diabéticos tipo 2 operados de catarata acerca de los procesos de atención médica a sus padecimientos constituyen el centro de

todo el trabajo. Los pacientes proceden de los municipios Playa, La Lisa y Marianao, de la provincia La Habana, que son áreas de confluencia oftalmológica del Instituto Cubano de Oftalmología “Ramón Pando Ferrer”. El período de estudio es de enero de 2016 a diciembre de 2019.

Para obtener la información de los pacientes se realizaron grupos de discusión a fin de conocer cómo había sido su tránsito por los servicios primarios de salud. Esto permitió indagar sobre brechas en el proceso de atención general y oftalmológica, que pudieran haber interferido en el acceso oportuno al tratamiento quirúrgico. Para asociar los contenidos de los discursos se utilizaron técnicas de diagrama de afinidad y se conformaron las categorías, que fueron las unidades de análisis durante todo el proceso de trabajo. Miró (2021)

Se consideró explorar el criterio de médicos de familia y oftalmólogos de la atención primaria de salud de los municipios estudiados, por ser prestadores fundamentales en el proceso de atención integral de los pacientes diabéticos. Se les realizaron entrevistas no estructuradas y se emplearon las categorías que habían emergido del

trabajo con los pacientes, de manera que se aseguró coherencia para la confrontación y descubrir las causas que podían influir de manera negativa en el acceso oportuno a la cirugía de catarata. Mediante una triangulación se confrontaron los resultados del análisis entre pacientes y prestadores (implicados directos), con respecto a una selección de los materiales disponibles en la base de datos informatizada que estuvieran vinculados con las brechas y sus conceptos afines, lo que sirvió para obtener una visión integrada de las brechas.

Al concluir, se hicieron consultas con posibles usuarios potenciales a los efectos de que aportaran juicios de valor acerca de la validez del método utilizado; las principales cualidades del estudio, tales como credibilidad, transferencia y confirmación y de los productos obtenidos. Además, podían aportar sugerencias acerca de cómo mejorar los formatos de salida. El resultado de dicha consulta se trianguló con el análisis de las brechas desde los implicados directos y se procedió a la elaboración del producto final.

Conclusiones

La metodología para la identificación de las brechas se corresponde con los ocho grupos del enfoque Lean adaptado para su empleo en organizaciones sanitarias.

Referencias

Alegre Brites, Miguel Ángel. (2022). Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual." *Población y Desarrollo*. 28(54): 93-100.
http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2076-054X2022005400093

Arellano-González, A; Carballo Mendivil, B; Ríos Vazquez N.J. (2017). Análisis y diseño de procesos, una metodología con enfoque de madurez organizacional. Pearson;
https://www.researchgate.net/publication/327190143_Analisis_y_diseno_de_procesos_Una_metodologia_con_enfoque_de_madurez_organizacional#fullTextFileContent

Ávalos, Maria Isabel. (2010). Evaluación de la calidad de la atención médica, en unidades de atención primaria de Tabasco, México [Tesis de doctorado]. La Habana: Escuela Nacional de Salud Pública.

Aichouni, Mohamed; Touahmia, Mabrouk; Alshammari, Serhan; Said, Mohamed Ahmed; Aichouni AB, Almudayries Mohsen; Aljohani, Hamza. (2023). An Empirical Study of the Contribution of Total Quality Management to Occupational Safety and Health Performance in Saudi Organizations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 20(2): 1495. Disponible en:
<https://ww>

Coleman, Katie; Austin, Brian T; Brach, Cindy; Wagner Edward. (2010). Evidence on the Chronic Care Model in the new millennium. *Health Affairs*. 79(7): 530-8.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5091929/>

Kenny Charles. (2011). Transforming Health Care: Virginia Mason Medical Center's Pursuit of the Perfect Patient Experience.

<https://www.routledge.com/Transforming-HealthCare-Virginia-Mason-Medical-Centers-Pursuit-of-the/Kenney/p/book/9781563273759>.

Kruk, Margaret E; Gage, Anna D; Arsenault, Catherine; Jordan, Keely; Leslie, Hannah H; Roder-DeWan, Sanam; et al. (2018). High-quality health systems in the Sustainable Development Goals era: time for a revolution. The Lancet Global Health Commission, 6, 1196-252. https://www.thelancet.com/pb-assets/Lancet/stories/commissions/health-quality-health-systems/TLGH_HealthSystem_ExecSum_Spanish.PDF

Martino, Silvia C. (2022). "Aportes de Polo para superar las perspectivas reductivas del homo oeconomicus de la escuela científica de F. Taylor." Revista Empresa y Humanismo. XXV (1), 93-110. <https://revistas.unav.edu/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/42419/35994>

Miro; c2021. Affinity Diagram Template. [citado 8 May 2023]; [aprox 9 p.]. Disponible en: <https://miro.com/templates/affinity-diagram/>.

Payer Castanedo, M. (2018). Aplicación de la Metodología Lean a una línea del servicio de urgencias del Hospital Fundación Jiménez Díaz de Madrid [Tesis de maestría, Comillas: Universidad Pontificia ICAI ICADE].

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/23722/TFM-PayerCastanedo%2cMonica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Peters, Sanne; Bussières, André; Depreitere, Bart; Vanholle, Stijn; Cristens, Julie; Vermandere, Mieke; Thomas, Alike. (2020). Facilitating Guideline Implementation in Primary Health Care Practices. *Journal of Primary Care & Community Health*. 11(1):1-9. Disponible en:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7232877/>
- Renders, C.M; Valk, J.D; Griffin S.J, Wagner E; van Eijk J.T; Assendelft W.J. (2002). Interventions to Improve the Management of Diabetes Mellitus in Primary Care, Outpatient, and Community Settings. *Cochrane Database of Systematic Reviews*. Disponible en:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7045779/pdf/CD001481.pdf>.
- Rodríguez-Saldana, Joel; Rosales-Campos, Andrea C; Rangel León, Carmen B; Vázquez-Rodríguez, Laura; Martínez-Castro, Francisco; Piette John. (2010). Quality of previous diabetes care among patients receiving services at ophthalmology hospitals in México. *Rev Panam Salud Publica*. Dec;28(6):440-5. PMID: 21308170.
- Sloan F, Yashkin A, Chen Y. Gaps in Receipt of Regular Eye Examinations among Medicare Beneficiaries Diagnosed with Diabetes or Chronic Eye Diseases. *Ophthalmology*. 121 (12): 2452-60. Disponible en
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4338994/>
- Soler Porro, Aida Barbarita; Corratgé Delgado, Héctor; González, Sonia María; Arocha Mariño, Carmen; Carnota Lauzán, Orlando; (2022). Administración pública y salud pública. *Revista de Información científica para la Dirección en Salud*, 39, 1-24. Disponible en:
<https://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/1311/1644>

The Lean Enterprise Academy. Lean Summit 2007. 1st. Global Lean Healthcare Summit. (2007). <http://www.leanuk.org/events/previous-events/lean-summit-2007-1st-global-lean-healthcare-summit.aspx>.

Valdebenito, F; Hasbún, J; García ,J; Marchant, M; San Morales, L y Flores H. (2018). Brechas en la atención primaria de salud a personas en situación de discapacidad. Síntesis de resultados [Informe]. Santiago de Chile: Symbolon. https://www.symbolon.cl/uploads/7/5/2/8/75280781/sintesis_resultados_psd_en_a_ps_2018.pdf

World Health Organization. Global Strategy on Diet, Physical Activity, and Health. Geneva: World Health Organization; 2004. https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/43035/9241592222_eng.pdf?sequence=1

**Gestión por procesos: Sistematización de experiencias docentes e
investigativas en Cuba**
**Management by processes: systematization of teaching and research
experiences in Cuba**

Ana Rosa Jorna Calixto

ORCID: 0000-0002-4019-4706

Escuela Nacional de Salud Pública. Cuba

Pedro Luis Véliz Martínez

ORCID: 0000-0003-3789-8945

Consejo Nacional de Sociedades Científicas de la Salud. Cuba

María Isabel Ávalos García

ORCID: 0000-0003-0115-4231

Heberto Romeo Priego Álvarez

ORCID: 0000-0001-9217-5702

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México

Autores de correspondencia:

anarosajorna09@gmail.com

isaavalos67@hotmail.com

Resumen

Objetivo: Contrastar experiencias docentes e investigativas vinculadas a la gestión por procesos en diferentes modalidades de formación académica y superación profesional en Escuela Nacional de Salud Pública de Cuba. **Métodos:** Investigación cualitativa no experimental con enfoque crítico interpretativo, periodo 2015-2022. Participaron egresados de cursos en diferentes modalidades académicas. Se realizó revisión documental y bibliográfica de programas académicos; análisis de resultados descritos en memorias de trabajos de terminación de residencia y maestrías. Las respuestas a la técnica del PNI y encuesta aplicada a estudiantes sobre beneficios de la implementación de gestión por procesos en instituciones sanitarias y sobre barreras. Se tuvieron en cuenta conceptos de confidencialidad y voluntariedad; solicitud de permisos para acceder a archivos de biblioteca de la escuela para revisión de memorias escritas. **Resultados:** En el programa de especialidad, los contenidos acerca de la gestión por procesos se abordan en tres cursos: Gestión por Procesos propiamente dicho, generalidades y relación con la calidad de los servicios, incluidos técnicas, herramientas para análisis y metodologías de mejora. En otros dos cursos: Gestión en Atención Primaria de Salud y Gestión Hospitalaria, se identificaron procesos clave, se analizó impacto de procesos asistenciales integrados para mejora de la calidad, satisfacción, reducción de costos y desempeño hospitalario. Diversas estrategias docentes fueron concebidas e implementadas: método del caso, talleres grupales, técnicas de trabajo en equipo, creatividad e innovación, creación y visualización de videos y minivideos y búsqueda de bibliografías actualizadas con enfoque salubrista. Los egresados identificaron beneficios y barreras para implementación de gestión por procesos, mudas o desperdicios que no generan valor a procesos docentes-asistenciales y propuestas de mejora. **Conclusiones:** La reingeniería del curso de gestión por procesos en programas académicos propició actualización constante y diseño de estrategias docentes que permitieron elevar la calidad de la enseñanza y de procesos asistenciales en unidades de salud.

Palabras clave: gestión en salud, especialidad de organización y administración de salud, educación de posgrado, enseñanza

Abstract

Objective: Contrast teaching and research experiences linked to process management in different modalities of academic training and professional development at the National School of Public Health of Cuba. **Methods:** Non-experimental qualitative research with a critical interpretive approach, period 2015-2022. Graduates of courses in different academic modalities participated. A documentary and bibliographic review of academic programs was carried out; analysis of results described in reports of the completion of residency and master's degrees. The responses to the PNI technique and survey applied to students on the benefits of the implementation of process management in health institutions and on barriers. Concepts of confidentiality and voluntariness were taken into account; request for permission to access school library files to review written reports. **Results:** In the specialty program, the contents about process management are addressed in three courses: Process Management itself, generalities and relationship with the quality of services, including techniques, tools for analysis and improvement methodologies. In two other courses: Management in Primary Health Care and Hospital Management, key processes were identified, the impact of integrated care processes for quality improvement, satisfaction, cost reduction and hospital performance was analyzed. Various teaching strategies were conceived and implemented: case method, group workshops, teamwork techniques, creativity and innovation, creation and viewing of videos and mini-videos and search for updated bibliographies with a health focus. The graduates identified benefits and barriers for the implementation of process management, waste or waste that does not generate value to teaching-care processes and proposals for improvement. **Conclusions:** The reengineering of the process management course in academic programs led to constant updating and design of teaching strategies that allowed raising the quality of teaching and care processes in health units.

Keywords: health management, health organization and administration specialty, postgraduate education, teaching

Introducción:

La gestión por procesos constituye una de las tecnologías gerenciales introducida en los programas académicos de posgrado de las diferentes modalidades docentes de formación y de superación profesional que se imparten en la Escuela Nacional de Salud Pública de Cuba (Ensap) que tiene la misión de la formación y el desarrollo del capital humano en el sector de la salud tanto en el ámbito nacional como el internacional.

En la misma se desarrollan distintas formas académicas de formación y superación profesional que incluye especialidades, cursos, diplomados, maestrías y doctorados en ciencias de la salud.

En los currículos de formación antes del 2013 no se encontraron evidencias de los contenidos vinculados a las tecnologías gerenciales incluidas la gestión por procesos.

El estudio de las tecnologías gerenciales en la especialidad de Organización y Administración de Salud en la Ensap se inicia en el curso académico 2012-2013 cuando se reanuda la formación de

residentes en aras de fortalecer la toma de decisiones por parte de los directivos del sector de la salud que iniciaban la residencia.

El reinicio de la especialidad conllevó a transformaciones en su programa docente a partir de la necesidad de convertir la dirección empírica en una dirección científica con el objetivo de lograr un uso más racional de los recursos disponibles, de manera que se utilizaran aquellos que generaran básicamente resultados favorables para la salud, el bienestar y la seguridad de las personas y de la población.

Con las modificaciones que se comenzaron a realizar se trataba de enseñar a convertir los recursos humanos, materiales y financieros disponibles en resultados con la utilización de las tecnologías gerenciales implementadas en otros sectores con resultados exitosos, entre ellas la gestión por procesos.

La enseñanza de la gestión por procesos a los profesionales sanitarios sobre todo, aquellos que se vinculaban con la dirección, era indispensable para que

podieran implementarlo en las instituciones y servicios de salud y, de esta forma, tratar de minimizar los problemas que con frecuencia se observan y se visualizan todavía en el sector, que no responden a las necesidades ni a las expectativas de los pacientes, familiares y de los propios trabajadores de la salud como son la existencia reiterada de estudios y pruebas redundantes, papeleo y firmas innecesarias, eventos adversos, prolongadas esperas, largos o reiterados desplazamientos, ruptura de la secuencia de los procesos, todo lo cual genera insatisfacciones, gastos innecesarios de recursos, elevación de los costos e ineficiencias en el sector.

Poco a poco el estudio de las tecnologías gerenciales se introdujo en otras formas académicas como cursos, diplomados, maestrías y en la Especialidad de Bioestadística.

Desde ese entonces, la actualización de los contenidos gerenciales es permanente y se comenzaron a desarrollar investigaciones acerca de la gestión por procesos para la mejora de la calidad de los servicios asistenciales en las instituciones sanitarias cubanas.

Por otra parte, en los programas de las maestrías de Salud Pública, Economía de la Salud, Atención Primaria de Salud, Promoción y Educación para la Salud y de la especialidad de Bioestadística gestionados desde la Ensap, se incluyeron de forma paulatina temas gerenciales; más recientemente se añadió el tema de gestión por procesos, aunque todavía son pocas las investigaciones que tributan sus resultados a tesis para alcanzar el título de especialista o máster en ciencias.

Contrastar las experiencias docentes e investigativas vinculadas a la gestión por procesos en diferentes modalidades de formación académica y superación profesional gestionadas desde la Escuela Nacional de Salud Pública de Cuba, constituye el objetivo del presente estudio.

Metodología

Investigación cualitativa no experimental con un enfoque crítico interpretativo en la cual se contrastan las experiencias docentes e investigativas vinculadas al tema de la gestión por procesos, con un análisis de lo sucedido durante el periodo 2015-2022 en la Escuela Nacional de Salud Pública de Cuba.

Los participantes fueron los profesionales que culminaron los cursos en las diferentes modalidades académicas estudiadas (Especialidad de Organización y Administración de Salud, Maestrías de Promoción y Educación para la Salud; de Atención Primaria de Salud; de Salud Pública).

Para contrastar las experiencias se realizó una revisión documental y bibliográfica de los programas académicos de las diferentes figuras docentes declaradas con anterioridad; los resultados de las investigaciones descritos en las memorias escritas de los trabajos de terminación de la residencia de las especialidades y maestrías objeto de estudio; las respuestas a la técnica del PNI (Positivo, Negativo e Interesante) del tema de gestión por procesos aplicada a los estudiantes al finalizar cada curso y una encuesta en la se solicitaba a los estudiantes que mencionaran los beneficios de la implementación de la gestión por procesos en las instituciones del sector de la salud y que identificaran las barreras que impedían su implementación satisfactoria en el sector.

Aspectos éticos:

La investigación es parte de las tareas del Proyecto Sectorial “Desarrollo de capacidades para la aplicación de la gestión por procesos y la referenciación competitiva para la mejora de la calidad de los servicios de salud” aprobado por el Consejo Científico y el Comité de Ética de la Escuela Nacional de Salud Pública de Cuba.

Además, se tuvo en cuenta los conceptos de confidencialidad y voluntariedad expuestos en la declaración de Helsinki aprobados por la Asociación Médica Mundial y se obtuvieron los debidos permisos para acceder a los archivos de la biblioteca de la Ensap para la revisión de las memorias escritas de los trabajos de terminación de las residencias y maestrías.

Resultados

Los resultados se expondrán por separado según las diferentes formas académicas y de superación profesional.

La especialidad de Organización y Administración de salud y la Gestión por Procesos

El reinicio de la especialidad de Organización y Administración de Salud se hizo posible por la gran experiencia en la formación de directivos que tenían los docentes de la Ensap para dar respuesta a las demandas del Ministerio de Salud Pública de formar profesionales que dirigieran las instituciones sanitarias acorde a las necesidades del sector y de los conocimientos surgidos en el campo de la gerencia.

Desde ese entonces se identificaba con mayor ahínco, la necesidad de formar especialistas que aplicaran en el trabajo de la dirección, conocimientos y habilidades gerenciales y que además fueran capaces de utilizar las tecnologías contemporáneas, que mejor se adaptaran al contexto en espacio, lugar y tiempo en que ejercía dicha actividad que posibilitara

motivar e involucrar a otros profesionales y trabajadores del sector en el análisis y solución de los problemas, además de tener una formación teórico-práctica, socio-política, humanística, administrativa e investigativa que pudieran asegurar de forma eficiente, las funciones y responsabilidades como se señala en el Programa de Estudios de la especialidad.¹

El programa se dividió en tres áreas de conocimiento, la primera de ellas Fundamentos de la Salud Pública, la segunda, Estado de Salud de la Población y la última Gestión en Salud. Los contenidos del programa se dirigen a la formación de especialistas capaces de entender, comprender y desarrollar acciones salubristas que conlleven a un empleo racional y efectivo de los recursos disponibles en función de la salud pública.

En el área de la Gestión en Salud se incluyeron las Tecnologías Gerenciales y, los contenidos acerca de la gestión por procesos, se abordaron en tres cursos diferentes, uno propiamente dicho de Gestión por Procesos que abarca en lo fundamental sus generalidades así como su relación con la calidad de los servicios incluidas las técnicas, herramientas para su

análisis y las metodologías de mejora y en otros dos cursos, Gestión en Atención Primaria de Salud en el que se desarrolla la gestión por procesos como herramienta para garantizar la gestión de calidad y el curso de Gestión Hospitalaria con el objetivo de que los estudiantes fueran capaces de identificar los procesos claves hospitalarios, integrarán los diferentes tipos de procesos en la gestión y analizarán el impacto de los procesos asistenciales integrados en la mejora de la calidad del servicio, la satisfacción del personal, la reducción de los costos y el desempeño hospitalario.

Impartir el tema de gestión por procesos y otros gerenciales, constituía un gran reto para los docentes, que tenían que lograr que los estudiantes se motivaran por contenidos nulos o poco desarrollados en su formación de pregrado y posgrado, desaprendieran la dirección empírica y aprendieran sobre una base del conocimiento científica en un espacio para la práctica pre profesional que no era el lugar donde se desempeñaban siempre como insistieron los profesores Orlando Carnota Lauzán y Carmen Arocha Mariño principales precursores de estas transformaciones.

El desafío generado para los docentes obligaba a buscar alternativas en los métodos de enseñanza tradicionales que estimularan nuevas formas de análisis, más allá de lo convencional, lo evidente o lo establecido y generar la creatividad, la innovación en los equipos para la solución de los problemas que evitara el aprendizaje de memoria, la copia o la repetición de contenidos y desarrollarán la capacidad para idear soluciones e implementar mejoras de los problemas.

Diversas estrategias docentes fueron concebidas e implementadas entre ellas el método del caso, los talleres grupales, técnicas de trabajo en equipo, de creatividad e innovación y otra muy importante fue la búsqueda permanente de bibliografías actualizadas nacionales e internacionales con un enfoque salubrista en el que se condicionaba el contenido al beneficio del paciente, la familia y la población.

La creación de videos y minivideos, muchos de ellos creados en la propia Ensap, tuvo un gran impacto para la enseñanza; se encontraban muy interrelacionados entre sí y la mayoría podían utilizarse para motivar el debate

entre los estudiantes en más de un tema. El estudiante se enfrentaba a algo que estaba, observaba y escuchaba donde no eran tan evidentes los problemas e incluso los errores.

Las conferencias de actualización de los contenidos impartidas por prestigiosos expertos nacionales e internacionales también fueron una herramienta de gran valor para la enseñanza.

El profesor Orlando Carnota Lauzán, uno de los grandes artífices de la reingeniería del programa de la espacialidad como se mencionó con anterioridad, con la colaboración de la profesora Carmen Arocha Mariño diseñaron decenas de casos escritos o en papel como habitualmente se les conoce, con una gran vigencia en la actualidad que constituyen otras de las herramientas docentes utilizadas para la enseñanza de los temas gerenciales.

Múltiples casos escritos, videos y minivideos utilizados en cada uno de los temas pueden ser citados, haremos referencia a un ejemplo de cada uno que constituyeron fuentes de enseñanza para el

aprendizaje del tema de gestión por procesos.

Caso escrito 135. “Deterioro del trabajo hospitalario” muestra el deterioro de los servicios hospitalarios acumulado en años, lo cual repercutió en la opinión de la población y de directivos de la institución. Se tomaron diversas medidas para revertir esa situación y colocar al hospital en los primeros lugares en cuanto a la calidad, eficiencia y sostenibilidad en el país.

La respuesta de este caso debía realizarse por equipos donde los estudiantes se aproximarán a la solución de los problemas y su vinculación con las particularidades de los sistemas y servicios de salud.

“Aspirante al premio” y “El Comité se queja” son dos casos diseñados y convertidos también en minivideos elaborados por la Ensap en colaboración con RTV Comercial en el que, la trama del primero se desarrolla en un hospital grande con tecnología muy avanzada donde las quejas e insatisfacciones se incrementaban en los pacientes, familiares y los trabajadores además, el director, deseaba alcanzar un Premio Nacional y junto a los jefes de servicio de la institución diseñaron

e implementaron una estrategia de éxito que no le permitió alcanzar dicho premio; los estudiantes debían analizar en el aula desde el punto de vista de la gestión por procesos, las actividades, acciones o decisiones que a su criterio constituyeran desperdicios, según los conceptos empleados en el enfoque *Lean*.

El caso “El comité se queja” se desarrolla en un hospital de referencia nacional especializado en la atención a las personas de edad avanzada con enfermedades crónicas degenerativas que cuenta en su estructura, con dos edificaciones en las cuales se ofrecen todos los servicios con el personal necesario para ofrecer una atención de alta calidad y un sistema integral de gestión automatizada. En tres ocasiones dicho hospital había recibido el Premio Nacional de la Calidad, sin embargo, sus pacientes y familiares comenzaron a quejarse a partir de un cambio en el procedimiento para el despacho de medicamentos en la farmacia del hospital después de una auditoría en la que se detectaron múltiples violaciones. En este caso los estudiantes en equipo debían realizar un estudio del proceso de despacho de medicamentos, construir diagrama de flujo del proceso, encontrar

los puntos que afectaban de forma significativa a los pacientes y posteriormente reconstruir el flujo de manera que la prioridad sea el paciente en los cambios diseñados por el director de la institución y su equipo de dirección.

Conferencias de prestigiosos profesores y videos disponibles en internet también son utilizadas en la enseñanza del tema de gestión por procesos para su debate en el aula entre los estudiantes.

El empleo de otras innovaciones educativas además del método del caso, constituyó un elemento esencial en la enseñanza de la gestión por procesos que conllevó al aprendizaje activo de los estudiantes que debían profundizar en el conocimiento con la búsqueda, análisis y síntesis de información para dar solución a los problemas que podían encontrar en cada uno de los casos que se les orientaba. El aprendizaje no era individual sino colaborativo entre pequeños grupos de estudiantes donde se trataba de promover el desarrollo de valores, actitudes y habilidades para la solución de problemas. El aprendizaje invertido constituyó otra de las didácticas utilizadas; se les orientaba a los estudiantes la visualización de

conferencias y videos que por su extensión no podían visualizarse en el aula para su posterior debate y análisis con la presencia de los profesores. Ejemplo de esto tenemos “Beneficios de la metodología *Lean*” de la Carola Orrego de España,² (Orrego, 2014) “Gestión del desperdicio & Sostenibilidad de los servicios sanitarios”, conferencias TED Conferences, entre otros.

Un elemento indispensable en el proceso de reingeniería en la especialidad constituyó la preparación metodológica de los profesores que no todos eran administradores de salud. Para ello se conformó un Grupo de Desarrollo Gerencial en la Ensap conducidos por los profesores Carnota Lauzán y Arocha Mariño y que lo integraron profesores administradores de salud de vasta experiencia y de otras especialidades, directivos del Sistema Nacional de Salud y noveles en la gerencia sanitaria. En este grupo se seleccionaban y debatían cada uno de los videos y casos que se iban a utilizar en las clases, se hacían propuestas de las posibles soluciones y nuevas interrogantes que podían surgir en el debate en el aula.

Con el discurrir del tiempo esta preparación, la auto preparación de cada profesor y el desarrollo de investigaciones vinculadas con la gerencia permitieron que los profesores que no eran especialistas en Administración y Organización de Salud, alcanzaran el título de Especialistas de Segundo Grado en dicha especialidad.

En las cinco ediciones de la especialidad culminadas se impartió el tema de gestión por procesos y se mantiene en constante actualización de sus contenidos.

Al indagar en 37 egresados de la especialidad en el año 2022 en qué contenidos se debiera profundizar durante el Curso de Gestión por Procesos, la mayoría consideró necesario ahondar en cómo identificar, desde la práctica sanitaria, las actividades que no generaban valor en los procesos asistenciales y en cómo reducir o eliminar las mismas. Esto se encuentra muy relacionado con lo aportado por el 73 % de los encuestados que reflejaron la necesidad de hacer énfasis en la metodología *Lean*, los pasos para su implementación en los servicios sanitarios y las experiencias en el sector de la salud en Cuba desde una visión práctica en diferentes tipos de instituciones de salud.

Las investigaciones finales de los trabajos de terminación de la especialidad con enfoque de procesos o de la gestión por procesos con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios en las instituciones de salud aún son escasas.

Pomares³ y Peláez⁴ durante sus investigaciones implementaron la gestión por procesos en dos servicios hospitalarios en los que caracterizaron y evaluaron los procesos de atención médica, confeccionaron diagramas de flujo, de SIPOC además de las fichas de procesos. A partir de los análisis realizados por las investigadoras se pudieron identificar los desperdicios o mudas en dichos procesos relacionadas con el tiempo de espera para ser atendidos en las consultas médicas y para la realización de los exámenes complementarios; de sobreprocesos en la indicación de exámenes, así como de movimientos innecesarios de los pacientes en el hospital y en el desplazamiento de las muestras de laboratorio desde el local de extracciones hasta el lugar de procesamiento. (Pomares, 2016); (Peláez, 2018)

La enseñanza de la Gestión por Procesos en otras formas académicas

La incorporación de la gestión por procesos a otras formas de enseñanza se realizó de forma paulatina como se mencionó con anterioridad; ya se impartieron cursos nacionales e internacionales en las modalidades presencial y virtual con resultados alentadores que generan interés y motivación en estudiantes y en los profesores encargados de conducir los programas docentes de diplomados y maestrías.

Experiencias en los cursos virtuales

Desde el año 2020, como consecuencia de la compleja situación epidemiológica originada en Cuba por la pandemia Covid-19, las formas presenciales de la enseñanza disminuyeron en los centros educativos incluida la Escuela Nacional de Salud Pública que se convirtió en un Centro de Aislamiento para pacientes sospechosos de Covid-19 motivo por el cual se diseñaron nuevos cursos virtuales y otros que se ofertaban de forma presencial en las maestrías se rediseñaron para su desarrollo a través de la virtualidad.

El curso de “Gestión Social de Programas y Proyectos” de la Maestría de Promoción y Educación para la Salud dirigido a que los estudiantes se apropien de conocimientos sobre la gestión por procesos para su aplicación en el sector sanitario coherentes con los objetivos de la promoción de salud, se impartió por primera vez de forma virtual para dos maestrantes extranjeros matriculados en dicha maestría a principios del año 2021. Un gran esfuerzo conjunto profesor-alumno conllevó a que pudiera impartirse el curso de forma virtual y culminara con buenos resultados como se refleja en la encuesta de satisfacción diseñada al efecto en la que exploraba el dominio y utilización de la plataforma virtual además del aprendizaje del tema.

Los estudiantes respondieron tener experiencia de otros cursos a través de la plataforma virtual, sin embargo, se comprobaron dificultades en la utilización de los recursos educativos que requirieron de un mayor intercambio con los profesores para poder realizar las diferentes actividades docentes.

Ambos señalaron que no tenían conocimientos previos acerca de la gestión por procesos, valoraron de forma muy positiva la organización de los temas del curso, los objetivos trazados y la profesionalidad de los docentes.

Reconocieron la necesidad de la implementación de la gestión por procesos en las instituciones sanitarias para la reducción de los desperdicios y por consiguiente de los costos y lograr una mayor eficiencia, control y visibilidad de los procesos con mejoras de la comunicación entre los equipos de trabajo. A la vez reflejaron la presencia de factores que dificultan su implementación, entre ellos las insuficientes iniciativas de formación y capacitación del personal para hacer frente a los retos del sistema de gestión; los escasos recursos destinados a la instauración del mismo; el diseño de procesos institucionales engorrosos, la poca claridad de las funciones y responsabilidades de los integrantes, insuficiente tiempo que se le dedica a la implantación de la gestión por procesos y por último, la presencia de inadecuados sistemas y métodos aplicados en los servicios no acordes con la misión y visión de la institución.

El curso “Gestión por procesos y la referenciación competitiva para la mejora de la calidad de los servicios de salud” fue un curso virtual libre de mayor complejidad en el que se desarrollaron cuatro temas que incluyeron nueve conferencias, recursos educativos para los trabajos grupales como la wiki, fórum, el glosario y otros para las actividades individuales (tarea virtual individual y la autoevaluación).

Las respuestas a la encuesta aplicada a los estudiantes al finalizar el curso sugirió la necesidad de mejoras en cuanto al desarrollo del tema a través de la virtualidad vinculadas con la indagación previa del conocimiento de los estudiantes de la utilización de los recursos educativos disponibles en la plataforma virtual, de incluir un tema introductorio sobre ello con bibliografía acerca del uso de las actividades y recursos del aula virtual que permitiera nivelar los conocimientos en este ámbito.

Conocer y atender a los problemas que podían presentar los estudiantes en el proceso de aprendizaje relativos al uso del entorno virtual constituye un reto para los docentes que deben buscar alternativas

para evitar el abandono de los participantes por múltiples causas: falta de tiempo por la carga de trabajo que desarrollan en sus respectivos puestos laborales, causas personales, dificultades para comprender los contenidos o para el uso de los recursos educativos disponibles en la plataforma, problemas de conectividad que limitan el intercambio entre ellos o con los profesores.

Desde el punto de vista docente las mejoras estaban encaminadas al incremento del tiempo de duración de cada tema que les permitiera un mayor intercambio entre cursistas y profesores y a la utilización de ejemplos prácticos no solamente en instituciones asistenciales de salud sino docentes o de centros de investigaciones propiamente dichos.

El tema de la gestión por procesos es muy novedoso y útil su aprendizaje para la gestión en los servicios sanitarios; su implementación en los servicios y la aplicación de metodologías de mejoras de los procesos contribuye a elevar la calidad de los servicios asistenciales y docentes de salud.

El reconocimiento por parte de los estudiantes acerca de la importancia y los

beneficios de la implementación de la gestión por procesos en las instituciones del sector de la salud constituyó una premisa fundamental de esos cursos, además de que supieran identificar barreras que impiden su implementación satisfactoria en el sector.

Los beneficios para las instituciones se agruparon en generales y específicos para las instituciones asistenciales y para las docentes e investigativas.

Los generales estuvieron vinculados con el funcionamiento y la gestión de las instituciones del sector de la salud.

- a. Cambios en la cultura organizacional, en las formas de organizar y realizar las actividades.
- b. Fomento de una cultura de mejora de la calidad de los procesos.
- c. Mejora en las toma de decisiones en los procesos de gestión.
- d. Simplificación de la solución de los problemas durante la gestión institucional.
- e. Identificación de las formas de organizar los procesos y mayor precisión en su ejecución.
- f. Eliminación del burocratismo de los procesos.
- g. Reducción de la variabilidad de los procesos.
- h. Mayor calidad de los procesos con la identificación, reducción o eliminación de los desperdicios y de las ineficiencias.
- i. Identificación de las posibles mejoras a implementar en cada proceso.

- j. Mejor coordinación entre los procesos y una mayor responsabilidad y participación de los profesionales y otros trabajadores en los mismos.
- k. Mejor desempeño de los participantes en los diferentes procesos.
- l. Optimización en el uso de los recursos materiales, humanos, económicos, financieros y del tiempo.
- m. Mayor satisfacción de los usuarios, y de sus empleadores.
- n. Mejores resultados de los procesos sustantivos de la institución.
- o. Identificación de las mejores prácticas que permitan desarrollar verdaderos planes de mejora en los procesos.

En las instituciones asistenciales se lograría además una reducción de las listas de espera, fluidez en el funcionamiento de las consultas externas, disminución de la estadía hospitalaria, reducción de los eventos adversos, elevación de la satisfacción de la población y de los trabajadores y por consiguiente mayor eficiencia y calidad de los servicios.

Por sus características específicas se agruparon por separado los beneficios para las instituciones docentes e investigativas.

- a. Perfeccionamiento continuo de los procesos sustantivos como la formación de pregrado y de especialidades, maestrías y doctorados.
- b. Obtención de categoría de Excelencia en la acreditación de las maestrías y especialidades por la Junta de Acreditación Nacional.
- c. Incremento de la calidad y competitividad con respecto a otras instituciones de la educación superior a nivel nacional e internacional.
- d. Elevación del nivel de preparación docente, científica e investigativa de los profesores y otros trabajadores de los centros.
- e. Mayor aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación.
- f. Egresados mejor preparados para la solución de problemas de salud.
- g. Mejor diseño, desarrollo y cumplimiento de los objetivos y estrategias de los procesos formativos.

- h. Mejora en la planificación, organización y conducción de las investigaciones.

Enseñanza presencial de la gestión por procesos en las maestrías

En los programas académicos de las maestrías se insertó el tema de gestión por procesos con vista a que sus educandos fueran capaces de identificar fallas en los procesos que se realizan en las instituciones de salud y generar propuestas de mejora que contribuyeran a elevar la calidad de la gestión.

El tema en los cursos de las maestrías fue abordado de forma similar a los otros programas docentes mencionados con un mayor énfasis en el componente investigativo de cómo se gestionan los procesos en las instituciones.

En las maestrías las investigaciones vinculadas a la gestión por procesos no son frecuentes tampoco, sin embargo, en la búsqueda realizada en el Repositorio de Tesis ubicado en la Biblioteca de la Escuela Nacional de Salud Pública se encontraron dos tesis en las que mostraban los resultados de dos estudios realizados en el primer nivel de atención en uno de

ellos, el objeto de investigación fue un laboratorio regional de microbiología y química sanitaria, que además de procesar muestras que contribuyen a los diagnósticos de los pacientes procedentes de instituciones de salud de varios municipios de La Habana, procesa muestras para el control de la calidad de otros laboratorios, lo que incide en los diagnósticos certeros de los pacientes, tratamientos y recuperación de los mismos.⁵ (Ortíz Carbonell, 2017)

Ortíz Carbonell (2017) caracteriza inicialmente al laboratorio y lo describe como un proceso clave único con la entrada de las muestras y posteriormente procede a describir los flujos y a identificar los puntos considerados como despilfarros o desperdicios, así como sus características. Se caracterizaron además fallas de tipo organizativo, de planificación o de control.

De acuerdo con las categorías empleadas en este tipo de enfoque Ortíz Carbonell identificaron problemas del tipo: sobreproducción, tiempo de espera, transporte, movimientos, defectos y subutilización de la capital humana.

Al finalizar la investigación la autora realiza propuestas de soluciones que permiten minimizar los problemas y diseña los diagramas de flujo de antes y después de los cambios, lo cual le añade un gran valor no solo a la investigación, sino que mejora el proceso de laboratorio para los usuarios internos y externos.

Otra de las investigaciones realizadas por maestrantes fue la de Brian Gil⁶ en un Departamento de Terapia Física y Rehabilitación de un policlínico en el que también caracterizó la situación del departamento en el momento del estudio, identificó los desperdicios y realizó propuestas de eliminación o reducción de los mismos lo cual elevaría la eficiencia del trabajo, se reducirían los retrasos y se mejoraría la satisfacción de los pacientes y los trabajadores en el servicio de salud. (Brian Gil, 2022)

Discusión

Una gestión académica eficiente con capacidad de autoevaluación de sus programas académicos, con un mayor intercambio entre los claustros docentes y con las instituciones asistenciales permite elevar la calidad docente e investigativa de las universidades encargadas de la formación de los recursos humanos para el sector sanitario, además de enfrentar los desafíos contemporáneos de la salud pública mundial. Esto conlleva a implementar estrategias permanentes de investigación y reingeniería de sus programas académicos.

La incorporación del tema de la gestión por procesos a los diferentes programas académicos a partir de las reingenierías realizadas en los mismos en este período, permitió incorporar en los estudiantes conocimientos y habilidades aplicables a la dirección de las instituciones imprescindibles para interpretar los problemas sanitarios de la población y la búsqueda científica de alternativas de solución e intervención; e incluyeron técnicas y procedimientos propios del diseño y la ejecución de investigaciones en salud.

Se señalan avances en las investigaciones, pero aún son insuficientes si se tienen en cuenta las diferentes programas docentes y los beneficios que traerían para las instituciones de salud la aplicación de una gestión por procesos.

Conclusiones

La reingeniería del curso de gestión por procesos en los programas académicos

conllevó a una actualización constante de los mismos y al diseño de estrategias docentes que permitieron elevar la calidad de la enseñanza y de los procesos asistenciales en las unidades de salud. Se corroboró por diferentes métodos la necesidad de su enseñanza en las diversas formas de académicas y a pesar de que se iniciaron las investigaciones del tema por los estudiantes aún se consideran insuficientes.

Referencias

-
- ¹ Plan de Estudio y Programa de Especialidad Organización y Administración de Salud. Escuela Nacional de Salud Pública. (2023)
- ² **Fundación Avedis Donabedian, Barcelona, España. 5to Simposio de Seguridad del Paciente. Cali, Colombia www.imbanaco.com Orrego C. (2014) Beneficios de la metodología "Lean" en salud. Centro Médico Imbanaco. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Z2WenYqIYWY>**
- ³ Pomares Pérez, Y.M. (2016). Calidad percibida con enfoque de gestión por procesos. Centro Provincial de Emergencias Médicas. [Tesis de Especialidad]. Escuela Nacional de Salud Pública.
- ⁴ Peláez Guerra Y.N. (2016). Gestión por procesos para mejorar la calidad de la consulta de cáncer del pulmón. Hospital Manuel Ascunce Domenech. [Tesis de Especialidad]. Escuela Nacional de Salud Pública.
- ⁵ Ortíz Carbonell H. (2017). Racionalización y simplificación de procesos. Laboratorio Regional de Microbiología y Química Sanitaria. Municipio Plaza 2016-2017 [tesis de maestría]. Escuela Nacional de Salud Pública
- ⁶ Brian Gil, L. (2022). Propuestas de acciones de mejora en el Departamento de Terapia Física y Rehabilitación del policlínico Nguyen Van Troi. [tesis de maestría]. Escuela Nacional de Salud Pública