



UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR

ANUARIO DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

2023

Universidad Evangélica de El Salvador Anuario de 2023

Autoridades UEES

Dra. Cristina Juárez de Amaya, Ph. D.
Rectora

Dra. Mirna García de González
Vicerrectora Académica

Dra. Nuvia Estrada de Velasco, Ph. D.
*Vicerrectora de Investigación y
Proyección Social*

Ing. María de los Ángeles Mercado
*Vicerrectora de Innovación y
Tecnología Educativa*

Lic. Mario Isaac Parrillas
Gerente General

Lic. Cesar Augusto Meléndez
Director de Capellanía Universitaria

Biblioteca

Licda. Rosa Mercedes Ramírez
Directora de Biblioteca

Téc. Edgardo Salvador Torres
Preservación Digital



EDITORIAL



Año de publicación, 2024

Autoridades de Facultad

Mtra. Marelyn Pérez Fuentes
Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales y
Económicas

Mtra. Helen Genovez
Coordinadora de carrera de Licenciatura en
Relaciones Públicas con especialidad en Marketing

Mtra. Ingrid Chévez
Coordinadora de carrera de Licenciatura en
Administración de Empresas

Mtra. Ingrid Portillo
Coordinadora de carrera de Licenciatura en
Mercadotecnia

Mtra. Ana Beatriz Montes
Coordinadora de anuario

Dirección de Publicaciones

Mtra. Norma Hernández de Guillén
Directora de Publicaciones

Lic. Enrique Mejía Vásquez
Revisor Editorial

Licda. Gabriela Lara Rivas
Diseñadora Editorial

Colaboración:

Br. Daniela Lopéz

Br. Ariadne Rivas Martínez

Maquetación de texto

Contenido

Presentación	5
Talleres de Investigación para Egresados	6
Nombre de carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing	7
Taller de Investigación con Egresados No. 39	7
• La inteligencia artificial en la atención al cliente de pequeños hoteles de El Salvador	
• Importancia de las relaciones públicas en el desarrollo de estrategias digitales para impulsar la presencia de marca de los negocios de ropa y souvenirs de la playa El Tunco, El Salvador	8
• Marketing digital y su influencia en la imagen de marca de las micro, pequeñas y mediana empresas del área metropolitana de San Salvador	9
• Las plataformas digitales como la principal propuesta de valor para impulsar las estrategias comunicacionales en los emprendimientos de comida, surgidos a raíz de la pandemia por covid-19 en los municipios de Antiguo Cuscatlán, Santa Tecla.	10
Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas	
Talleres de Investigación con Egresados No. 41	11
• Diagnóstico administrativo en el gimnasio Nutrefitness Training Center y propuesta de manuales administrativos para implementación y gerenciamiento de gimnasios en el área de San Salvador	11
• Propuesta de herramientas de gestión administrativa para el desarrollo y fortalecimiento de las MYPES del sector ferretero de tipo familiar del municipio de Santa Tecla	12
• Propuesta de gestión por procesos para la mejora continua de la calidad en el sector de transporte terrestre de carga pesada en San Salvador, El Salvador.	13
• El tipo de liderazgo que influye en el desempeño laboral de los colaboradores de las empresas en el rubro del Call Center	14
• Innovaciones en las firmas de auditoría que ejecutan evaluaciones externas de entidades con inversiones digitales en el municipio de San Salvador.	15
Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia	16
Talleres de Investigación con Egresados	
• Customer Experience Management como herramienta de crecimiento sostenible para los negocios en el área del Paseo El Carmen, Santa Tecla, La Libertad	16
• Evaluación de las estrategias de Marketing de los restaurantes de comida mexicana en el área Metropolitana de San Salvador	17

Contenido

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia	18
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de un plan estratégico de marketing para el posicionamiento y diferenciación de las farmacias independientes en la zona de Santa Tecla, departamento de La Libertad 	18
<ul style="list-style-type: none"> • Participación de las instituciones que apoyan el emprendimiento, como parte del ecosistema emprendedor del municipio de San Salvador, período de investigación, 2017-2022 	19
<ul style="list-style-type: none"> • La influencia del visual Merchandising en la decisión de los visitantes de los centros comerciales ubicados en el municipio de Antiguo Cuscatlán 	20
<ul style="list-style-type: none"> • El branding emocional y su influencia en la fidelización de los clientes de la marca Coca Cola en las cafeterías de la Universidad Evangélica de El Salvador 	21
Ponencias de trabajos de investigación en cátedra	22
Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas	23
Nombre de cátedra: Metodología de la Investigación	
Equipo 1: Conocer la influencia del impacto social en el desarrollo de los Voluntarios de la organización TECHO en El Salvador	23
Equipo 2: Evaluación del impacto de los programas de educación financiera en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del año 2023	24
Equipo 3: Manejo de residuos en los talleres de motos y su impacto en el medio ambiente de julio a octubre del año 2023	25
Equipo 4: Diagnóstico de accesibilidad para personas con dificultades de movilidad en la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Evangélica de El Salvador	26
Equipo 5: Impacto del comercio electrónico como modelo de negocio en estudiantes de Administración de Empresas próximos a egresar de la UEES	27

Presentación

Desarrollar actitudes y destrezas para la investigación científica es una necesidad ineludible que debe ser objeto de reflexión y acción, tanto por los gobiernos, la academia y la sociedad en general, ya que su respectivo análisis permite al estudiante fortalecer y adquirir competencias para el desarrollo personal o profesional, lo cual le refuerza habilidades, destrezas, características y valores para ser competitivo en áreas de investigación científica o de innovación.

La investigación en cátedra permite abrir espacios para que los estudiantes puedan participar en el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de la información, así como en la respectiva presentación de los informes.

Por lo que el Anuario 2023 incluye tanto trabajos sobresalientes de investigación a nivel de cátedras y ponencias como investigaciones realizadas en talleres de investigación con egresados, que abordan diferentes temáticas empresariales analizadas y realizadas por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas.

Lo cual a la vez representa el reto de seguir impulsando la práctica de la investigación dentro de las diversas cátedras en la Facultad, que permitan formar profesionales interesados en los procesos de investigación y con un amplio pensamiento crítico.



Mtra. Marelyn Pérez Fuentes
Decana de la Facultad de Ciencias
Empresariales y Económicas

TALLERES DE INVESTIGACIÓN CON EGRESADOS 2023

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing

Nombre de cátedra: Taller de Investigación con Egresados No. 39

Título de la investigación: : "La inteligencia artificial en la atención al cliente de pequeños hoteles de El Salvador"

Nombre de autores: Luis Gilberto Barahona Paredes

Asesor: Mstra. Helen Armida Genovez Quevedo



Resumen:

Introducción: Esta investigación tiene como objetivo analizar la presencia de la inteligencia artificial (IA) en el proceso de comunicación de atención al cliente en pequeños hoteles de El Salvador. El estudio se enfoca en los pequeños hoteles de El Salvador, donde los servicios al cliente juegan un papel crucial para atender su ventaja competitiva. La metodología de investigación incluye una entrevista encuesta a propietarios y gerentes de pequeños hoteles para recopilar datos sobre el uso actual de la IA en su proceso de comunicación de servicios al cliente. La encuesta también examinará las percepciones y actitudes de los propietarios y gerentes de pequeños hoteles hacia la IA en los servicios al cliente. Se espera que los hallazgos de la investigación contribuyan a la comprensión del estado actual de la adopción de IA en la pequeña industria hotelera en El Salvador y brinden información sobre los beneficios y desafíos de integrar la IA en los procesos de comunicación de servicio al cliente.

Metodología: Enfoque cualitativo, tipo de exploratorio. Los instrumentos utilizados fueron entrevistas estructuradas. Muestreo tipo probabilista por conveniencia. 30 hoteles pequeños del área metropolitana de San Salvador.

Resultados: El estudio muestra que actualmente los hoteles pequeños de El Salvador utilizan estrategias mercadológicas que permite tener comunicación con sus clientes actuales y potenciales, sin embargo, contar con aplicaciones que tengan IA solo ha sido un inicio por el alto costo del software que se utilizan para mejorar la parte de comunicaciones. ser de gran ayuda, usando chats automatizados para agendar las reservas y atender a los clientes.

Esta tecnología lo hace posible, permitiendo domotizar las habitaciones de los hoteles para brindar una experiencia de mayor calidad a los huéspedes.

Discusión: Este estudio revela que se puede lograr reducir el tiempo de espera de los clientes para ser atendidos. Servicios controlados por voz La inteligencia artificial también puede ser de gran utilidad para ofrecer servicios controlados por voz. Por lo que se puede imaginar que llegar a un hotel y poder controlar las cortinas, el aire acondicionado, el televisor u otras comodidades sin salir de la cama. De hecho, se está haciendo por medio de aparatos como Alexa, un claro ejemplo de IA que algunos utilizan en casa.

Palabras clave: Inteligencia artificial, Servicios al Cliente, Pequeños Hoteles y Comunicación

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing

Nombre de cátedra: Taller de Investigación con Egresados No. 39

Título de la investigación: Importancia de las relaciones públicas en el desarrollo de estrategias digitales para impulsar la presencia de marca de los negocios de ropa y souvenirs de la playa el tunco, El Salvador

Nombre de autores: Armando Josué Portán Guerra

Fidel Ángel Sánchez Cabañas



Asesor: Mstra. Magaly Ivette Ortega de Recinos

Resumen:

Introducción: Diagnosticar la forma en cómo los negocios de ropa y souvenirs de la playa "El Tunco" implementan las relaciones públicas y cómo esto puede llegar a relacionar la marca por los distintos medios digitales.

Metodología: enfoque cualitativo, tipo exploratorio. Los instrumentos utilizados fueron entrevistas estructuradas y guías de observación. Muestreo tipo probabilístico por conveniencia, 26 establecimientos de ropa y souvenirs.

Resultados: El estudio revela que es importante que los establecimientos de ropa y souvenirs de la Playa El Tunco puedan considerar el uso de estrategias de marketing digital para la promoción de sus productos y para que puedan beneficiarse en el posicionamiento de sus marcas, sobre todo porque es un sitio de renombre internacional y por lo mismo es visitado por turistas extranjeros, y esto les permitirá el incremento de sus ventas.

Discusión: La falta de conocimiento en el uso de las redes sociales de algunos establecimientos no ha permitido la proyección de los productos que se comercializan. Algunos crean contenido de forma empírica, pero no estratégica. Es importante trabajar en un plan de relaciones públicas debido a que también permite mejorar las relaciones con los clientes que visitan esa playa con afluencia turística local e internacional.

Palabras clave: marketing digital, relaciones públicas, estrategias de marketing

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing

Nombre de cátedra: Taller de Investigación con Egresados No. 39

Título de la investigación: : "Marketing digital y su influencia en la imagen de marca de las micro, pequeñas y mediana empresas del área metropolitana de San Salvador"

Nombre de autores: Ana Eugenia Henríquez Alegría; Luis Alejandro Guevara Alvarenga; Raquel Alejandra Renderos Di Majo

Asesor: Mstro. Rodrigo Ernesto Barrera Córdova

Resumen:

Introducción: Identificar de qué manera el marketing digital influye en la imagen de marca de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del Área Metropolitana de San Salvador.

Metodología: enfoque cuantitativo, tipo descriptivo. Los instrumentos utilizados fueron entrevistas estructuradas y guías de observación. Muestreo de población estudiada: 385 personas de tres municipios.

Resultados: El estudio muestra que los emprendimientos muestran un cambio significativo respecto a los estándares de calidad y relación calidad-precio. Esto con base en la utilización de redes sociales con conocimientos básicos o empíricos. Esto ha permitido su reconocimiento para los clientes en cuanto a los productos y servicios que se ofrecen.

Discusión: Sobre la importancia que tiene la imagen de marca para la percepción de los consumidores y su influencia en la toma de decisiones de compra, las MIPYMES que realicen una gestión sólida y coherente de su imagen de marca lograrán un posicionamiento exitoso en el mercado. Esto se debe a que una imagen de marca bien definida y positiva generará confianza y credibilidad en los consumidores, diferenciará a la empresa de sus competidores y fomentará la lealtad de los clientes. Esto se puede dar a conocer en las redes sociales, como fuente de difusión y posicionamiento.

Palabras clave: imagen de marca, marketing digital, micro y pequeñas empresas.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing

Nombre de cátedra: Taller de Investigación con Egresados No. 39

Título de la investigación: "Las plataformas digitales como la principal propuesta de valor para impulsar las estrategias comunicacionales en los emprendimientos de comida, surgidos a raíz de la pandemia por covid-19 en los municipios de Antiguo Cuscatlán, Santa Tecla."

Nombre de autores: Andrea Michelle Roque Álvarez; Ruth Saraf Castillo Quintanilla; Sthefany Elizabeth Rauda Salvador

Asesor: Mstro. Oscar René Silva Salgado



Resumen:

Introducción: Estudio del impacto de las plataformas digitales como propuesta de valor, para impulsar las estrategias comunicacionales de los emprendimientos surgidos a raíz de la pandemia.

Metodología: Enfoque cualitativo, Etnográfica. Enfoque cuantitativo, tipo de descriptivo. Los instrumentos utilizados fueron entrevistas estructuradas y guías de observación. Muestreo por conveniencia, 3 emprendimientos que cuentan con fuerte presencia digital en las redes sociales.

Resultados: El estudio muestra que los emprendimientos muestran un cambio significativo respecto a los estándares de calidad y relación calidad - precio. Esto con base a la utilización de redes sociales con conocimientos básicos o empíricos. Esto ha permitido su reconocimiento para los clientes en cuanto a los productos y servicios que se ofrecen

Discusión: La labor de los emprendedores del estudio, han logrado su posicionamiento de forma gradual y su auge fue durante la emergencia sanitaria mundial por Covid-19 sin embargo algunos han logrado mantenerse gracias al uso de marketing digital, y esto ha permitido el incremento de nuevas ideas de negocio por la misma necesidad de ser autosostenibles, sobre todo con el aprendizaje en las mismas redes sociales.

Palabras clave: marketing digital, ideas de negocio, emprendimientos, Estrategias de marketing.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Taller de Investigación No. 41

Título: "Diagnóstico administrativo en el gimnasio Nutrefitness Training Center y propuesta de manuales administrativos para implementación y gerenciamiento de gimnasios en el Área de San Salvador."

Autores: Gerardo Antonio Álvarez Zelaya y
Eduardo Rafael Díaz Calderón

Asesor: Judith Quezada de Vargas

Resumen:

Introducción: Desarrollar un modelo de innovación de manual de organización para la empresa NutreFitness Training Center que sirva de instrumento de apoyo para su orden y funcionamiento. Los gimnasios en el país han tenido una gran oferta en estos últimos años reflejada en el aumento de locales o establecimientos destinados a esta actividad, y se ha podido observar un incremento en la demanda de estos por parte de la población, viéndolo como un estilo de vida. Y una moda, dependiendo según el gusto o meta.

Metodología: Se hizo un sondeo de cuantas empresas dedicadas al fitness tienen manuales de organización, entre otras cosas. Simultáneamente, se hará una investigación documental acerca de los manuales de organización y todos sus componentes, en busca de una estructura de manual que sea conveniente para la empresa. Para obtener efectos de antecedentes, también se hizo un análisis FODA y árbol del problema, utilizando la metodología pertinente para ese fin.

Resultados: A mediano plazo una mejor comprensión de sus puestos laborales, así como la jerarquización de jefatura para la resolución de conflictos que se llegasen a presentar.

A largo plazo, un mejor compromiso de los empleados al conocer al 100% sus puestos y el trato a los clientes. Asimismo, una mayor solidez de la empresa preparada en lo administrativo para expandirse e incluso incursionar en la posibilidad de hacer franquicias.

Discusión: Con los datos obtenidos por los resultados, serán presentados en primer lugar al propietario y a sus empleados. Asimismo, si fuera oportuno presentarlo a posibles futuros accionistas para la consideración de ser implementada en futuras expansiones que puedan surgir.

Palabras clave: Capacitación, FODA, Árbol del Problema; Manual de Organización

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Taller de Investigación No. 41

Título: Propuesta de herramientas de gestión administrativa para el desarrollo y fortalecimiento de las MYPES del sector ferretero de tipo familiar del Municipio de Santa Tecla.

Autores: Julio Ernesto Sosa Cárcamo;
Ronald Eustacio Sosa Cárcamo



Asesor: Luis Rafael Alvarenga Castaneda

Resumen:

Introducción: Investigar la falta de aplicación de las herramientas de gestión administrativa para el desarrollo y fortalecimiento de las MYPES del sector ferretero de tipo familiar del Municipio de Santa Tecla. La investigación se originó ante la necesidad de conocer y documentar la importancia de las empresas familiares en El Salvador.

Metodología: La investigación se desarrolló por medio de tres métodos de investigación, el descriptivo, explicativo y cuantitativo. A través de la investigación de naturaleza descriptiva se obtuvo el conocimiento completo de la problemática y todos aquellos elementos que están interrelacionados; mediante la investigación de tipo explicativa se determinaron los aspectos que han dado origen al problema en estudio, así como las consecuencias y el enfoque cuantitativo, el cual permitió la preparación del anteproyecto de investigación.

Resultados: Al término de efectuar la recopilación de las encuestas, se procesan que, de las 49 ferreterías, únicamente 20 corresponden al sector MYPES de tipo familiar; en razón a que 29 de estas no cumplen con el criterio definido para las empresas objeto de estudio y otros negocios no se localizan en la dirección suministrada.

Discusión: En las ferreterías encuestadas se identificó que no poseen un organigrama y manual organizacional que describe funciones, responsabilidades y atribuciones de los puestos de trabajo que les ayudan a establecer y conservar la unidad de mando que se genera a través de la dirección y control para la continuidad y desarrollo de la empresa.

Palabras clave: MYPES, sector ferretero, empresa familiar, unidad de mando.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Taller de Investigación No. 41

Tema: Propuesta de gestión por procesos para la mejora continua de la calidad en el sector de transporte terrestre de carga pesada en San Salvador, El Salvador.

Autores: Rocío Nohemy Castaneda Ramos;
Kenia Michelle Durán Magaña;
Marvin Moisés Mixco Ascencio

Asesor: Licda. Diana Cecilia Cabrera Hernández

Resumen:

Introducción: El propósito de la investigación es elaborar una propuesta de gestión de calidad para beneficio del sector de transporte terrestre de carga pesada en El Salvador, que sea una herramienta para las empresas del sector o con características similares, que busquen mejorar sus procesos internos y ser eficientes en sus operaciones.

Metodología: La investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo; se hizo una recopilación de datos, los cuales permitieron ponderar la percepción de los transportistas, para posteriormente interpretar toda la información obtenida del sector de transporte terrestre de carga pesada sobre los procesos internos que se implementan.

Resultados: Los resultados obtenidos mediante el cuestionario a completar por los transportistas han sido un elemento importante que facilita la construcción del diagnóstico de la situación actual de la gestión de calidad en los procesos internos en el transporte de carga, ya que las opiniones analizadas se usaron como insumo para identificar las áreas de mejoras en todos los procesos internos, mejorando la gestión de calidad.

Discusión: La construcción de la propuesta se considera que ha permitido plantear diferentes tipos de procesos para prevenir y corregir riesgos, mejorando la gestión de calidad en el transporte de carga pesada.

Palabras clave: carga pesada, gestión de calidad, diagnóstico, transportistas.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Taller de Investigación No. 41

Tema: El tipo de liderazgo que influye en el desempeño laboral de los colaboradores de las empresas en el rubro del Call Center.

Autor: José Reinaldo Guevara Morales

Asesor: Licda. Sandra Maribel Ventura

Resumen:

Introducción: La investigación que se realizó tiene como objetivo principal el de identificar cómo el liderazgo influye en el desempeño laboral de los colaboradores en el rubro de los Call Center en el municipio de San Salvador. El liderazgo es un factor importante dentro de la organización; ya que de esta manera se puede observar si los colaboradores están conformes con el tipo de liderazgo que se implementa dentro de la organización.

Metodología: El tipo de investigación que se realizará en el tema sobre la influencia del liderazgo en el desempeño laboral de los colaboradores en el rubro del Call Center es de manera cualitativa y cuantitativa, ya que permitirá el análisis de las hipótesis planteadas y de la variable para poder alcanzar los objetivos propuestos de la investigación.

Resultados: Se dieron a conocer los resultados por medio del trabajo de investigación de acuerdo con las interrogantes que se les realizaron a los colaboradores por medio de la encuesta y por medio de la entrevista que se les realizó a las jefaturas sobre el liderazgo. Los resultados obtenidos fueron presentados a los call center que permitieron que se realizara la investigación.

Discusión: El cuestionario se desarrolló con cinco empresas privadas, ubicadas en el área de San Salvador, en el rubro de Call Centers. Son consideradas como gran empresa, ya que cuentan con 2,500 colaboradores aproximadamente cada año. De dicha población se obtiene una muestra de 10 colaboradores por cada empresa, haciendo un total de 50 sujetos de estudio para la tabulación de datos y de 2 jefaturas por cada empresa.

Palabras clave: Liderazgo, call center, desempeño laboral, distribución de rango.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Contaduría Pública

Nombre de cátedra: Taller de Investigación No. 41

Tema: Innovaciones en las firmas de Auditoría que ejecutan evaluaciones externas de entidades con inversiones digitales en el municipio de San Salvador.

Autor: José Miguel Palacios Sibrián

Asesor: Lic. José Edgar Herrera Martínez

Resumen:

Introducción: Se muestra la evolución de las firmas de auditoría mediante la innovación y la tecnología; pero principalmente se enfoca en cómo los contadores y auditores han logrado trabajar al ritmo de la actualización, ayudándose grandemente de programas, cursos y sobre todo una amplia rama de conocimientos tecnológicos.

Metodología: La investigación se realizará aplicando un enfoque mixto que abarca los enfoques cualitativo y cuantitativo. La investigación cuantitativa implica el uso de números y gráficos. El objetivo de la investigación cuantitativa es comprobar la relación entre las variables. En este método, los investigadores utilizan números y gráficos para probar las teorías existentes. La investigación cuantitativa ayuda a confirmar o negar un supuesto general en un campo de estudio o en la sociedad en general.

Resultados: Los resultados dados en esta investigación pueden usarse para todo público para que a la misma vez se conozca un poco de historia acerca de tan importante y extenso tema, el cual es la inversión digital. Esta investigación puede usarse para el sector estudiantil, sector público, privado y para todo público.

Discusión: La investigación se realizó para conocer más a fondos las diferentes opiniones o motivos que tienen las firmas de auditoría, sus resultados, descubrimientos, datos y la forma en cómo se encuentran trabajando conforme a las inversiones digitales de parte de sus clientes.

Palabras clave: firmas de auditoría, innovación, tecnología.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia

Tema: Customer Experience Management como herramienta de crecimiento sostenible para los negocios en el área del Paseo El Carmen, Santa Tecla, La Libertad

Nombre de cátedra: Taller de Investigación

Autores: Aura Nereida Ardón Sosa,
Jennifer Abigaíl Javier Sibrián,
Stephanie Lisseth Alvarado Morales

Asesor: Lic. Francisco Antonio López

Resumen:

Introducción: El objetivo de esta investigación fue determinar la influencia del Customer Experience Management en el desarrollo empresarial y el impacto en la cultura corporativa de las PYMES ubicadas en el Paseo El Carmen, con el fin de ofrecer un mejor acompañamiento durante el proceso de compra de los Clientes. Así como Determinar los principales indicadores de desempeño del customer experience management para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios.

Metodología: La presente investigación adopta un enfoque mixto que combina las perspectivas cualitativa y cuantitativa. El enfoque cualitativo, al ser flexible y no requerir un análisis estadístico riguroso, se enfoca en obtener información directa y en profundidad. Por su parte, el enfoque cuantitativo permite recabar datos de diversas variables y analizar los resultados para alcanzar conclusiones significativas. Y en cuanto al tipo de investigación, esta se enmarca en la categoría de naturaleza explicativa. Dicha naturaleza implica explorar las relaciones causales, superando la mera descripción del problema.

Resultados: Con los resultados que, obtenidos del presente trabajo de anteproyecto, se busca la manera de que los dueños de los negocios del Paseo el Carmen puedan utilizar la herramienta de Customer Experience Management para fidelizar a sus clientes, conocer si están completamente satisfechos con el servicio recibido en sus negocios y poder lograr un aumento en ventas al fidelizarlos.

Discusión: En base a los objetivos de investigación planteados, se ha evidenciado la relevancia del Customer Experience Management como un factor determinante en el desarrollo empresarial de Paseo El Carmen. La implementación de estrategias que promuevan la personalización, la capacitación del personal, la comunicación efectiva, la tecnología innovadora y la colaboración con otros negocios locales, entre otras recomendaciones, permitirá a los establecimientos fortalecer sus vínculos con los clientes y alcanzar un crecimiento sostenible en un entorno altamente competitivo.

Palabras Clave; Customer Experience, Comunicación Efectiva, Empoderamiento del Personal, Alianzas Estratégicas.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia

Tema: "Evaluación de las estrategias de Marketing de los restaurantes de comida Mexicana en el área Metropolitana de San Salvador".

Nombre de cátedra: Taller de Investigación

Autores: Diana Fabiola Martínez Contreras;
Andrea María Rivera López

Asesor: Lic. Douglas Uriel Cardona Merino

Resumen:

Introducción: El objetivo de esta investigación fue determinar la influencia del Customer Experience Management en el desarrollo empresarial y el impacto en la cultura corporativa de las PYMES ubicadas en el Paseo El Carmen, con el fin de ofrecer un mejor acompañamiento durante el proceso de compra de los clientes. Así como determinar los principales indicadores de desempeño del Customer Experience Management para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios.

Metodología: La presente investigación adopta un enfoque mixto que combina las perspectivas cualitativa y cuantitativa. El enfoque cualitativo, al ser flexible y no requerir un análisis estadístico riguroso, se enfoca en obtener información directa y en profundidad. Por su parte, el enfoque cuantitativo permite recabar datos de diversas variables y analizar los resultados para alcanzar conclusiones significativas. Y en cuanto al tipo de investigación, esta se enmarca en la categoría de naturaleza explicativa. Dicha naturaleza implica explorar las relaciones causales, superando la mera descripción del problema.

Resultados: Con los resultados obtenidos del presente trabajo de anteproyecto, se busca la manera de que los dueños de los negocios del Paseo El Carmen puedan utilizar la herramienta de Customer Experience Management para fidelizar a sus clientes, conocer si están completamente satisfechos con el servicio recibido en sus negocios y poder lograr un aumento en ventas al fidelizarlos.

Discusión: En base a los objetivos de investigación planteados, se ha evidenciado la relevancia del Customer Experience Management como un factor determinante en el desarrollo empresarial de Paseo El Carmen. La implementación de estrategias que promuevan la personalización, la capacitación del personal, la comunicación efectiva, la tecnología innovadora y la colaboración con otros negocios locales, entre otras recomendaciones, permitirá a los establecimientos fortalecer sus vínculos con los clientes y alcanzar un crecimiento sostenible en un entorno altamente competitivo.

Palabras clave: Customer Experience, Comunicación Efectiva, Empoderamiento del Personal, Alianzas Estratégicas.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia

Tema: "Diseño de un plan estratégico de marketing para el posicionamiento y diferenciación de las farmacias independientes en la zona de Santa Tecla, departamento de La Libertad "

Nombre de cátedra: Taller de Investigación

Autores: Rocío Lizeth Reyes Paredes;
Helen Alejandra Rodríguez Osorio

Asesor: Lic. Diego Armando López Alarcón

Resumen:

Introducción: Dicha investigación se centró en la finalidad de diseñar un plan estratégico de marketing adecuado y viable que ayude a las farmacias independientes de la zona central de Santa Tecla a posicionarse en el mercado por medio de estrategias de diferenciación. Además, dio paso a los objetivos específicos que nos permiten conocer la opinión de la población acerca de la valoración y atributos de las farmacias independientes en la zona central de Santa Tecla. Y determinar las estrategias que mejor se adapten a las farmacias independientes con el propósito de fortalecer el posicionamiento y diferenciación ante las grandes cadenas de farmacias en el sector de Santa Tecla.

Metodología: La investigación se realizó aplicando un enfoque mixto, ya que se abarcaron los enfoques cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de una investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación. Por otra parte, el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.

Resultados: En base a la investigación realizada y con la información recopilada durante todo el proceso, se observó y determinó que las farmacias independientes en la zona central de Santa Tecla sí carecen de un posicionamiento debido principalmente a la falta de estrategias que interfieren en su crecimiento y al poder diferenciarse de las demás farmacias y de las grandes cadenas. Además, la mayoría de los propietarios o encargados desconocen sobre el tema y los beneficios que podrían obtener al implementar un plan de marketing.

Discusión: Acerca de la valoración y atributos sobre las farmacias independientes, la mayoría de las personas consultadas señaló que uno de los aspectos que podrían implementar estas farmacias independientes es el mejorar su cartera de medicamentos, ya que la variedad ofrecida hasta el momento hace que éstas busquen otras opciones en el mercado sin importar el precio final. Otro de los aspectos importantes es mejorar la publicidad, ya que la mayoría desconoce sobre ellas o no tiene mayor información de sus ofertas o descuentos.

Palabras clave: FODA, benchmarking, diseño estratégico, igualdad competitiva, posicionamiento.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia

Tema: Participación de las instituciones que apoyan el emprendimiento, como parte del ecosistema emprendedor del Municipio de San Salvador, Período de investigación, 2017-2022

Nombre de cátedra: Taller de Investigación

Autores: Paola Eunice Díaz Calderón
Karla Beatriz Escoto Ostorga
Omar Alejandro Quintanilla Sánchez

Asesor: Mtro. José Miguel Martínez



Resumen:

Introducción: El objetivo de esta investigación fue el análisis del ecosistema emprendedor y las instituciones que apoyan a las microempresas para entender cómo se fomentan y promueven dichas iniciativas, con el fin de crear sinergia y colaboración que beneficien a las empresas y la comunidad en general.

Metodología: El enfoque que se utilizó es cualitativo. Se considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se realizarán conclusiones a partir de un previo análisis de datos. El enfoque cuantitativo se caracteriza por realizar planteamientos acotados y medir fenómenos. En el proceso se analiza la realidad objetiva y puede ser deductivo, secuencial o probatorio, según su naturaleza.

Resultados: Los resultados serán plasmados a través de diagramas con su respectiva interpretación, que al cotejar con la recopilación teórica construirán las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Posteriormente se procederá a diseñar la propuesta donde se abordan posibles soluciones o mejoras a los procesos que se estudian actualmente en las instituciones en pro de las microempresas y emprendedores del municipio de San Salvador.

Discusión : Se determina que las unidades de análisis son las instituciones que brindan apoyo a los emprendedores y microempresarios. Esto se toma bien para poder medir a través de ambos ejes, tanto como el que recibe el beneficio como el que lo ofrece.

Palabras clave: microempresas; crear sinergia, análisis estadístico.

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia.

Tema: La influencia del visual Merchandising en la decisión de los visitantes de los centros comerciales ubicados en el Municipio de Antigua Cuscatlán

Nombre de cátedra: Taller de Investigación

Autores: Rebeca Ivona Barillas:

Andrea Cecilia Hernández Ramírez;

Katherine Miguelle Hernández Ramírez

Asesor: Lic. José Salvador Monterrosa Montano

Resumen:

El objetivo de la investigación fue comprender cómo las técnicas de visual merchandising influyen en el comportamiento y la decisión de compra de los consumidores, con el fin de medir la eficacia e impacto en los consumidores. E identificar atributos relacionados con la técnica del Visual Merchandising que intervienen directamente en una acción de compra para la creación de una guía para potencializar el uso de esta técnica.

Metodología: La investigación es de naturaleza cualitativa y se centra en explorar y comprender la complejidad de las experiencias, actitudes y percepciones de los consumidores. En este caso, se buscaría comprender cómo el visual merchandising impacta en la experiencia de compra de los consumidores y cómo influye en su decisión de compra. Se utilizará un enfoque exploratorio para profundizar en los puntos de vista y experiencias de los consumidores en relación con el visual merchandising en los centros comerciales. Para ello, se utilizará una metodología de Focus Group, el cual permitirá recoger las opiniones y percepciones de un grupo de personas acerca del tema en cuestión.

Resultados: Con la aplicación de herramientas de recolección de datos cualitativos se logró identificar que distintas herramientas y elementos del visual merchandising son relacionadas con la decisión de compra, siendo una con mayor relevancia que otras.

Discusión: Se ponderan las variables del visual merchandising y el impacto que tienen en la decisión de compra en los participantes, desde el momento de ver la tienda hasta la experiencia dentro de la misma. Muchos participantes mencionaron que desde que el aspecto de una tienda les da una idea de "que tan cara o que tan buenos son sus productos", debido a la iluminación, vitrinas o material promocional.

Palabras Clave: Merchandising, Focus Group, decisión de compra, consumidores

Talleres de Investigación para Egresados

Nombre de carrera: Licenciatura en Mercadotecnia

Tema: El branding emocional y su influencia en la fidelización de los clientes de la marca Coca Cola en las Cafeterías de la Universidad Evangélica de El Salvador

Nombre de cátedra: Taller de Investigación

Autores: Gabriela María Hurtado López
Gerardo Rodríguez
Andrea Michelle Velasco, Barrera

Asesor: Lic. Mariel Ayala Hernández

Resumen:

Introducción: El objetivo de esta investigación fue analizar como la marca Coca-Cola emplea estrategias de branding emocional para asegurar la lealtad de sus clientes con el fin de determinar el posicionamiento y la preferencia hacia la marca. Y conocer la satisfacción de los clientes de la marca Coca-Cola en las cafeterías de la Universidad Evangélica de El Salvador.

Metodología: En la presente investigación, se utilizó un enfoque mixto que combina elementos del enfoque cuantitativo y cualitativo. Mediante el enfoque cuantitativo, se buscó medir y analizar datos numéricos con el fin de obtener resultados estadísticos y generalizables. Se complementó el análisis cuantitativo con un enfoque cualitativo a través de una entrevista realizada a un especialista en marketing.

Resultados: La mayoría de la muestra consultada, considera que las experiencias emocionales al consumir Coca-Cola en las cafeterías de la Universidad Evangélica de El Salvador han influido en su lealtad hacia la marca. Un 51% menciona que sí lo han hecho en cierta medida, mientras que un 40% afirma que definitivamente sí han tenido influencia. Estos resultados indican que las experiencias emocionales tienen un impacto positivo en la lealtad hacia la marca Coca-Cola, respaldando la idea de que el branding emocional fortalece los lazos entre la marca y los consumidores.

Discusión: Las estrategias de branding emocional de Coca-Cola, como la asociación con momentos emblemáticos y la narrativa constante, han demostrado ser efectivas en establecer una relación profunda con los consumidores. La autenticidad, la coherencia y la adaptabilidad se revelan como elementos esenciales para el éxito de estas estrategias.

Palabras Clave: Identidad de la marca, audiencia local, branding emocional, consumidores.

PONENCIAS DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN CÁTEDRA 2023

PONENCIAS DE INVESTIGACIÓN AÑO 2023

EQUIPO 1

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Metodología de la Investigación

Tema: Conocer la influencia del impacto Social en el desarrollo de los Voluntarios de la organización TECHO en El Salvador

Autores: Álvaro Ángel, Gloria Estefany

Arévalo Artero Andrea María

Martínez González Daniela Alejandra

Lima Vásquez Marlon Javier

Pérez Cañénguez Irwain Youssef

Portillo Bautista Ricardo Amadeo

Docente: José Guillermo Rivera

Resumen:

Introducción: TECHO es una organización presente en 18 países de América Latina, que busca superar la situación de pobreza que viven millones de personas en asentamientos populares, a través de la acción conjunta de sus habitantes y jóvenes voluntarios y voluntarias. Esta investigación tuvo como objetivo central conocer la influencia del impacto social en el desarrollo de los voluntarios en relación con las actividades que realizan para la organización Techo El Salvador. Así como analizar la situación actual del impacto social en el desarrollo de los voluntarios de la Organización y la influencia que la Organización ha tenido en ellos.

Metodología: La investigación cuantitativa del desarrollo social de los voluntarios en relación con las actividades que realizan para la organización TECHO El Salvador se enfoca en recopilar y analizar datos numéricos para comprender los factores que influyen en el desarrollo social de los voluntarios. Entre los métodos de investigación cuantitativa utilizados en la investigación se encuentran las encuestas.

Resultados: En la Organización Techo se puede ser voluntario, ya sea en equipos de trabajo o un voluntariado corporativo. Gracias a los voluntarios y voluntarias de TECHO, las familias de los barrios populares pueden vivir mejor. Los voluntarios consideran que su capacidad de comunicación antes de unirse a la organización TECHO El Salvador era buena o regular, pero al unirse como voluntario han visto mejoras en sus habilidades de comunicación.

Discusión: La investigación se enfoca en los factores en el desarrollo social de la organización TECHO El Salvador, lo cual permitió fomentar una visión profunda de los factores que influyen en el desarrollo social de la organización TECHO, que sirve de base para la toma de decisiones estratégicas y la implementación de iniciativas que promuevan un desarrollo social sostenible y beneficioso para la organización y sus voluntarios.

Palabras clave: Voluntariado, organizaciones, campaña, desarrollo, comunidad, habilidad social, desarrollo comunitario.

PONENCIAS DE INVESTIGACIÓN AÑO 2023

EQUIPO 2

Nombre de carrera: **Licenciatura en Administración de Empresas**

Nombre de cátedra: **Metodología de la Investigación**

Tema: Evaluación del impacto de los programas de educación financiera en estudiantes de la carrera de administración de empresas del año 2023.

Autores: Daniel Alexander Durán Rodríguez

José Carlos García Avelar

Fernando Josué Mendoza Ramírez

Docente: José Guillermo Rivera

Resumen:

Introducción: El objetivo principal de la investigación fue evaluar el impacto de los programas de educación financiera en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en el año 2023. La investigación también buscó identificar la relación entre la intensidad del programa de educación financiera y el nivel de bienestar económico alcanzado por los jóvenes participantes. El contexto de estudio se encuentra en el entorno académico y socioeconómico de los estudiantes que cursan esta carrera en la Universidad Evangélica de El Salvador.

Metodología: La obtención de datos para este informe se llevó a cabo mediante la implementación de encuestas electrónicas. El proceso metodológico abarcó varias etapas claves como diseño de la encuesta, selección de la muestra, distribución de la encuesta, recopilación y análisis de datos.

Resultados: La mayoría de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Evangélica de El Salvador ha participado en programas de educación financiera, con un enfoque en talleres y seminarios, cursos universitarios y recursos en redes sociales. Sin embargo, un segmento considerable aún no ha tenido acceso a programas de educación financiera formal.

Discusión: Se buscó determinar si la participación en estos programas tiene efectos positivos en la comprensión, la toma de decisiones financieras y los comportamientos de ahorro e inversión de los jóvenes.

Palabras clave: Educación Financiera, Conocimiento Financiero, Habilidades Financieras, Toma de Decisiones, Programas y Percepción de Estudiantes.

PONENCIAS DE INVESTIGACIÓN AÑO 2023

EQUIPO 3

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Metodología de la Investigación II

Tema: Manejo de Residuos en los Talleres de Motos y su Impacto en el Medio Ambiente de julio a octubre del año 2023.

Autores: Juárez Cantón Erika Yamileth
Lara Recinos Jeniffer Alejandra
Martínez Campos Gabriela Alexandra
Portillo Medrano Diana Beatriz
Sánchez Chorro Jennifer Yadira

Docente: José Guillermo Rivera

Resumen:

Introducción: El objetivo de esta investigación fue evaluar la eficacia y eficiencia del manejo de residuos en los talleres DAS Motos El Salvador durante el periodo de julio a octubre del año 2023, con el fin de proponer estrategias para mejorar la gestión integral de residuos en estos talleres. Además de identificar los tipos y cantidades de residuos generados por cada taller y evaluar la necesidad de implementar prácticas adicionales de manejo de residuos.

Metodología: Se utilizaron métodos cuantitativos como encuestas y cuestionarios para recopilar datos numéricos sobre la conciencia, importancia y conocimiento sobre el impacto de los residuos ambientales. El diseño de la presente investigación fue de carácter descriptivo, ya que su objetivo principal fue recopilar información detallada y precisa sobre el fenómeno en estudio sin la manipulación de las variables. Se recolectó información acerca de éstas en el proyecto investigativo mediante los instrumentos anteriormente mencionados.

Resultados: La evaluación ha permitido identificar las áreas de mejora en la gestión integral de residuos en estos talleres, ya que se puede concluir que actualmente no existe una gestión adecuada sobre el desecho de residuos generados dentro de los talleres, producto de las operaciones diarias que se realizan dentro de los mismos, y que pueden generar un impacto negativo directo en el medio ambiente, directamente con el personal involucrado, como de forma indirecta afectando a comunidades aledañas. Una buena gestión de desecho de residuos puede garantizar ser una empresa sostenible, involucrando medidas adecuadas, siguiendo los lineamientos hacia una economía circular.

Discusión: El correcto manejo de residuos en los talleres de motos es de gran importancia por varias razones, que van desde la protección del medio ambiente hasta la seguridad de los trabajadores y la reputación del negocio.

Palabras clave: Huella de carbono, Manejo de residuos, Cultura organizacional, Impacto ambiental.

PONENCIAS DE INVESTIGACIÓN AÑO 2023

EQUIPO 4

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Metodología de la Investigación II

Tema: Diagnóstico de accesibilidad para personas con dificultades de movilidad en la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Evangélica de El Salvador.

Autores: Camila Nicole Valle Calderón, Manuel Alejandro Zelada, Rodrigo José Morales Méndez, Fernanda Adelina Sosa Ventura, Kathia Lorena López Pacheco.

Docente: José Guillermo Rivera

Resumen:

Introducción: En la presente investigación se hace referencia a la accesibilidad para personas con dificultades de movilidad dentro de la facultad de ciencias sociales de la Universidad Evangélica El Salvador. Para analizar esta problemática, es necesario mencionar sus causas, la principal siendo que los salones de clases se encuentran cuesta arriba debido a la ubicación de las instalaciones de la universidad, y ninguno de los edificios, a excepción del edificio de tecnología educativa, cuenta con un elevador y el edificio 4 que cuenta con una rampa parcialmente desde el primero hasta el segundo nivel. Por lo que representa una limitante para las personas con alguna discapacidad física o usuario de silla de ruedas para la asistencia a sus clases de manera presencial.

Metodología: La presente investigación se elaboró con un enfoque cuantitativo, el cual se encarga de utilizar la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento en el "Diagnóstico de accesibilidad para personas con dificultades de movilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Evangélica de El Salvador". Se utiliza el enfoque cuantitativo, en donde se utilizará el tipo de investigación de tipo descriptivo, en la cual se describe ampliamente la situación o estado de accesibilidad que posee actualmente la universidad.

Resultados: El 22% de los estudiantes entrevistados presentan algún tipo de discapacidad que les dificulta el movimiento, lo que destaca la necesidad de implementar medidas y políticas inclusivas para garantizar un entorno accesible y equitativo. El 60% de los entrevistados apoya la modificación de los edificios universitarios para facilitar el acceso a personas con discapacidad, lo que refleja una demanda clara y una conciencia creciente sobre la importancia de la inclusión en la educación superior.

Discusión: La investigación de esta problemática se realizó con el interés de ayudar a las personas que se les dificulte o imposibilite acceder a las instalaciones de la universidad, contribuyendo a proponer la implementación de diferentes prácticas para eliminar las barreras de accesibilidad para esta población estudiantil.

Palabras clave: Accesibilidad, Ayudas técnicas, Diagnóstico, Dificultades de movilidad

PONENCIAS DE INVESTIGACIÓN AÑO 2023

EQUIPO 5

Nombre de carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Nombre de cátedra: Metodología de la Investigación II

Tema: Impacto del comercio Electrónico como modelo de negocio en estudiantes de Administración de Empresas próximos a egresar de la UEES.

Autores: Amaya Escobar Jonathan David, Jule Escobar Rodrigo Ernesto
Vásquez Figueroa Carmen María, Velasco Rivera Sebastián Andrés.

Docente: José Guillermo Rivera

Resumen:

Introducción: Esta investigación pretende aportar nuevas ideas sobre el impacto del comercio electrónico en los estudiantes de empresariales que estén próximos a egresar de la Universidad Evangélica y ofrece una valiosa perspectiva para quienes estén interesados en comprender cómo esta innovadora forma de negocio está configurando el futuro del mundo empresarial. El objetivo principal de la investigación fue determinar los desafíos que enfrentan los estudiantes próximos a egresar de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Evangélica de El Salvador al adoptar el comercio electrónico como modelo de negocio para sus futuras empresas o emprendimientos e identificar los principales desafíos que enfrentan.

Metodología: El enfoque de esta investigación es cuantitativo, utilizando métodos como encuestas y cuestionarios para recopilar datos numéricos sobre las habilidades, conocimientos y actitudes de los estudiantes de administración de empresas en relación con el comercio electrónico.

Resultados: Con el análisis de los resultados de la investigación, se constata un evidente interés por parte de los estudiantes próximos a egresar de la carrera de Administración de Empresas en la adopción del comercio electrónico como modelo de negocio. Esto refleja una clara disposición hacia la integración de tecnologías digitales en el ámbito empresarial. Asimismo, se identifican desafíos críticos, como la gestión de la seguridad de la información y la competencia en línea, que subrayan la necesidad de una preparación específica y actualizada en este campo. Es notable que los estudiantes reconocen la importancia de una formación especializada en comercio electrónico para abordar estos desafíos con eficacia, enfatizando la relevancia de programas educativos que proporcionen las habilidades y conocimientos pertinentes.

Discusión: En la presente investigación se buscó evaluar el impacto del comercio electrónico como modelo de negocio en estudiantes de administración de empresas. Para ello, se realizó un cuestionario a un total de 15 estudiantes, con preguntas que abordaron diferentes aspectos relacionados con el ecommerce, la percepción que tienen acerca de la formación que recibieron en la universidad, las habilidades que consideran importantes para abordarlo como modelo de negocio, entre otros aspectos.

Palabras Clave: Comercio electrónico, Tecnología, Transacciones en línea, Innovación Tecnológica, Seguridad en Transacciones.

