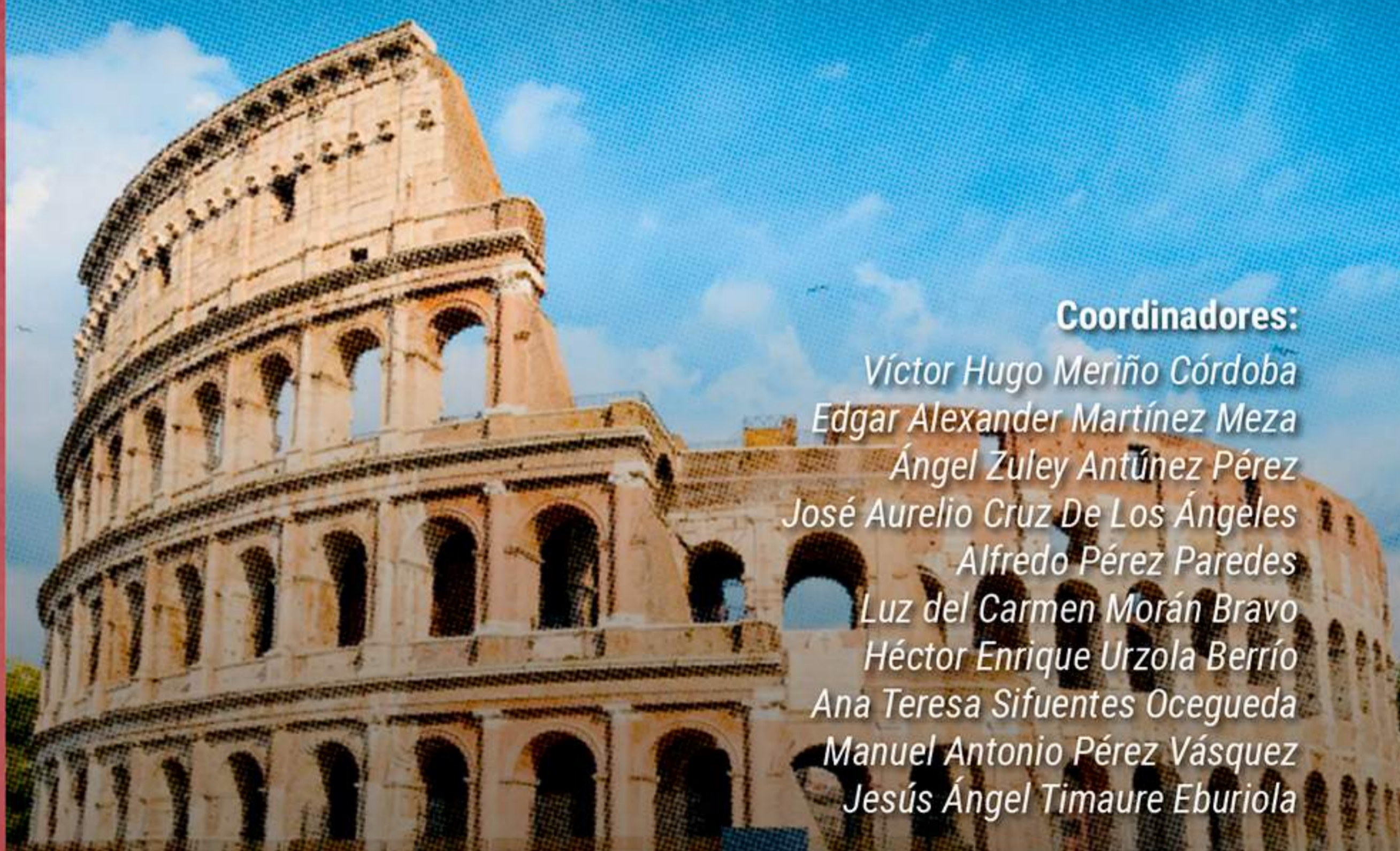


# Gestión del Conocimiento

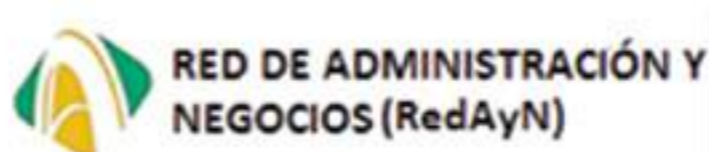
*Perspectiva Multidisciplinaria*

Libro 44 • Colección unión global



**Coordinadores:**

Víctor Hugo Meriño Córdoba  
Edgar Alexander Martínez Meza  
Ángel Zuley Antúñez Pérez  
José Aurelio Cruz De Los Ángeles  
Alfredo Pérez Paredes  
Luz del Carmen Morán Bravo  
Héctor Enrique Urzola Berrío  
Ana Teresa Sifuentes Ocegueda  
Manuel Antonio Pérez Vásquez  
Jesús Ángel Timaure Eburíola



Libro resultado de investigación

## Catalogación de la fuente

**Libro 44:** Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria. Colección Unión Global. / 584 páginas / 22 cm /.

**Coordinadores:** Víctor Hugo Meriño Córdoba / Edgar Alexander Martínez Meza / Ángel Zuley Antúnez Pérez / José Aurelio Cruz De Los Ángeles / Alfredo Pérez Paredes / Luz del Carmen Morán Bravo / Héctor Enrique Urzola Berrío / Ana Teresa Sifuentes Ocegueda / Manuel Antonio Pérez Vásquez / Jesús Ángel Timaure Eburíola /

**Editorial:** Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago "Jesús María Semprúm" – Santa Bárbara de Zulia - Zulia – Venezuela.

**Grupos de investigación que dan aval académico:** Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia – Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biodesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato – México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – Puebla – México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas – México; Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) - Cuerpo Académico Sociedad, Educación y Desarrollo (CASED) – Tepic – Nayarit – México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia – Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia.

**Fecha de publicación:** agosto de 2022.

**Versión digital:** ISBN: 978-980-6516-49-6 **Depósito legal:** ZU2022000203

## Proceso de evaluación de los capítulos de libros

El libro 44 de "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son **resultados de investigaciones** desarrolladas por sus autores. Los capítulos del libro **fueron arbitrados** por doctores de distintas Universidades del mundo bajo el **sistema doble ciego**. El Libro tiene el **Aval Académico de 7 Universidades Públicas Internacionales y de 3 Centros de Investigaciones Internacionales**, mencionados a continuación: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia – Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biodesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato – México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla – Puebla – México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas – México; Universidad Autónoma de Nayarit (UAN) - Cuerpo Académico Sociedad, Educación y Desarrollo (CASED) – Tepic – Nayarit – México; Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS) - Cuerpo Académico de "Gestión Estratégica" (UAS-CA) - Sinaloa – México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia – Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia. Los conceptos o criterios emitidos en cada capítulo del libro son responsabilidad exclusiva de sus autores.

**Proceso de arbitraje doble ciego**

**Recepción:** marzo de 2022

**Evaluación de propuesta de obra:** abril de 2022

**Evaluación de contenidos:** mayo de 2022

**Correcciones de autor:** junio de 2022

**Aprobación:** julio de 2022

**Publicación:** agosto de 2022

## Modelo para referenciar un Capítulo del Libro o el Libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria"

1. Para referenciar un capítulo del libro "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria". Se recomienda usar la siguiente plantilla (**solamente sustituir lo que está en negrilla**):

**Apellido Autor, Inicial Autor del capítulo del libro (Año de publicación del libro). Nombre del capítulo de libro del libro.** En V. Meriño et al. (Eds.). *Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria*. Vol. (44), (páginas en las cuales se encuentra el capítulo citado pp.). Santa Bárbara – Zulia – Venezuela. Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús María Semprum. Recuperado de: <https://www.unesur.edu.ve/libros-1>

2. Para referenciar el libro de "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria": Meriño et al. (Eds.) (2022). *Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria*. Vol. (44). Santa Bárbara – Zulia – Venezuela. Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental del Sur del Lago de Maracaibo Jesús María Semprum. Recuperado de: <https://www.unesur.edu.ve/libros-1>

## Repositorios de los libros de la Colección Unión Global

1. Universidad Sur del Lago de Maracaibo Jesús María Semprum – UNESUR - Santa Bárbara – Zulia - Venezuela. Libros. Ver: <https://www.unesur.edu.ve/libros-1?start=0>
2. Universidad de la Costa. Barranquilla – Colombia. Investigación. Ver: <http://repositorio.cuc.edu.co/>
3. Universidad Politécnica Territorial de Falcón Alonso Gamero – UPTFAG - Santa Ana de Coro – Falcón – Venezuela. Ver: <https://investigacionuptag.wordpress.com/>.
4. Corporación Universitaria Rafael Núñez – Cartagena - CURN – Colombia. Ver: [http://uninunez.biblioteca.curnvirtual.edu.co/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=gesti%-c3%93n+del+conocimiento%3a+perspectiva+multidisciplinaria&branch\\_group\\_limit=](http://uninunez.biblioteca.curnvirtual.edu.co/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=gesti%-c3%93n+del+conocimiento%3a+perspectiva+multidisciplinaria&branch_group_limit=)
5. Corporación Universitaria del Caribe – CECAR – Sincelejo – Sucre – Colombia. Libros digitales. Ver: <http://biblioteca.cecar.edu.co/index.php/herramientas-busqueda/recursos-electronicos>
6. Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – CORPOSUCRE – Sincelejo – Sucre – Colombia. Ver: <https://www.corposucre.edu.co/investigacion/publicaciones>
7. Centro de Investigaciones Internacionales – CEDINTER – Medellín – Antioquia – Colombia. Ver: <https://www.cedinter.com/books/>
8. Universidade Anhanguera – Sao Paulo – Brasil. Ver: <https://biblioteca-virtual.com/detalhes/livro/1735>
9. Comisión de Investigaciones Científicas. Buenos Aires Argentina. Ver: <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/6748/>
10. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Chile. Ver: <http://opac.pucv.cl/cgi-bin/wxis.exe/iah/scripts/?IsisScript=iah.xis&lang=es&base=BDPUCV&nextAction=lnk&exprSearch=GESTION%20DEL%20CONOCIMIENTO&indexSearch=DS#19>

*Cruz García Lirios*  
**Academic Transdisciplinary Network.**

*Francisco Rubén Sandoval Vázquez*  
**Academic Transdisciplinary Network**

*María del Rosario Molina González*  
**Academic Transdisciplinary Network**

*Enrique Martínez Muñoz*  
**Academic Transdisciplinary Network**

*Leticia María González Velázquez*  
**Academic Transdisciplinary Network**

*Olga Anaid Díaz Jacinto*  
**Academic Transdisciplinary Network**

*Hiroko Eliza Ichien Barrera*  
**Universidad Autónoma de Baja California**

*Stephany Domínguez Montoya*  
**Universidad Autónoma de Baja California**

*Beatriz M. Terán-Pérez*  
**Universidad Autónoma de Sinaloa**

*Nora Teresa Millán López*  
**Universidad Autónoma de Sinaloa**

*Denisse Ballardo-Cárdenas*  
**Universidad Autónoma de Occidente**

*Alejandra Miranda Félix*  
**Universidad Autónoma de Sinaloa**

*Norma Aida Valenzuela Sánchez*  
**Universidad Autónoma de Sinaloa**

*Víctor Manuel Piedra Mayorga*  
**Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo**

*Rafael Granillo Macías*  
**Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo**

*María Eugenia Alcántara Hernández*  
**Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo**

*Raúl Rodríguez Moreno*  
**Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo**

*Miguel Ángel Vázquez Alamilla*  
**Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo**

*Iliana Josefina Velasco Aragón*  
**Universidad Autónoma de Nayarit**

*Miriam Angélica Catalina Salcedo Montoya*  
**Universidad Autónoma de Nayarit**

*María Asunción Gutiérrez Rodríguez*  
**Universidad Autónoma de Nayarit**

*Ileana Margarita Simancas Altieri*  
**Universidad Autónoma de Nayarit**

*Heriberta Ulloa Arteaga*

**Universidad Autónoma de Nayarit**

*Ignacio Maldonado Bernal*

**Universidad Autónoma de Nayarit**

*Benito Samuel López Razo*

**Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México**

*Rebeca Belén López Razo*

**Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México**

*Víctor Hugo de la O Martínez*

**Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México**

*Valentín Jiménez Jarquín*

**Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México**

*Marco Antonio Acosta Mendizábal*

**Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México**

*Enrique Limón Carrillo*

**Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México**

*Erick Tamayo Loeza*

**Tecnológico Superior de Progreso**

*Ramón Salvador Mézquita Martínez*

**Tecnológico Superior de Progreso**

*Ivan de Jesús May Cen*

**Tecnológico Superior de Progreso**

*Irving Metelin Rosado*

**Tecnológico Superior de Progreso**

*Edylú Novelo Cetina*

**Tecnológico Superior de Progreso**

*Thalia Mayela Barrón Romero*

**Universidad Politécnica de Tulancingo**

*María del Rosario López Torres*

**Universidad Politécnica de Tulancingo**

*Raymundo Lozano Rosales*

**Universidad Politécnica de Tulancingo**

## **Perú**

*Rocío Vera Mera*

**Universidad Nacional Agraria la Molina**

*Melissa Quispe Aquispe*

**Universidad Nacional José María Arguedas**

*John Peter Aguirre Landa*

**Universidad Nacional José María Arguedas**

*Elvira Caceres Cayllahua*

**Universidad Nacional Agraria La Molina**

*Víctor Enrique Lizama Mendoza*

**Universidad Nacional Federico Villarreal - Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

# Índice

Presentación .....	35
Manejo de compras, ventas y recursos en el desarrollo económico de los autoempleos en municipios de Guanajuato - México <i>María Carmen Lira Mejía / Martha Soledad Landeros Guerra</i> <i>Marcos Urbina Ibarra / Evangelina García Sandoval</i> <i>Beatriz del Ángel Saldaña / Ma. Beatriz Rangel Terán</i> .....	37
Satisfacción turística en la era Covid-19 <i>Gilberto Bermúdez Ruíz / Celia Yaneth Quiroz Campas</i> <i>Rosa María Rincón Ornelas / Cruz García Lirios</i> <i>Francisco Rubén Sandoval Vázquez / María del Rosario Molina González</i> <i>Enrique Martínez Muñoz / Leticia María González Velázquez</i> <i>Olga Anaid Díaz Jacinto</i> .....	53
Vivencias de la Cultura Montubia para mantener los valores culturales en Ecuador <i>María Valeria Fernández Loor / Lilia Monceerrate Villacís Zambrano</i> <i>Ana Cecilia Vélez Falcones / Lilia María Villacis Jama</i> .....	71
Biomarcadores Sanguíneos: Determinantes de Síndrome Coronario Agudo <i>Christopher Jhonatan López Altamirano / Larry Miguel Torres Criollo</i> <i>Andrés David Silva Calle / Juan Pablo Tello Coronel</i> <i>Jenifer Daniela Montero Álvarez</i> .....	85
El plazo razonable en resoluciones de causas judiciales en Ecuador <i>Fernando David Díaz Cañizares / Eduardo Vinicio Mejía Chávez</i> <i>Ana Didian González Alberteris / Ángel Teodoro Naranjo Estrada</i> <i>Rommel Gustavo Haro Sarabia / Clara Daniela Romero Romero</i> .....	115
Mantenimiento preventivo para tornos convencionales de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena - Ecuador <i>Alonso Elías Pirela Añez / Wilson Javier Toro Alava</i> <i>Jorge Fernando Hidalgo / Franklin Reyes Soriano</i> <i>William Alberto Caiche Rosales / Isabel del Rocío Balón Ramos</i> .....	131

Vivir la resiliencia desde los cambios del post Covid-19 en los jóvenes universitarios del Cantón Sucre - Ecuador <i>Yesenia Aracely Zamora Cusme / Lilia Moncerrate Villacís Zambrano Rocío Vera Mera / Johnny Willian Santana Sornoza</i> .....	143
Metodología para caracterizar un yacimiento de hidrocarburos a partir del modelo estático <i>Marllesis Gutiérrez Hinestroza / Xavier Vargas Gutierrez Sadi Iturralde Kure / Jorge Hidalgo Hidalgo / Edison Brito Ávila</i> .....	159
El feminicidio y su reparación integral como derecho humano a partir de casos relevantes de la Corte Interamericana de Derechos Humanos <i>Hiroko Eliza Ichien Barrera / Stephany Domínguez Montoya</i> .....	179
Análisis del desarrollo turístico ecuatoriano desde una mirada accesible, inclusivo y sostenible <i>Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes / Ruth Adriana Montero Muthre Carolina Denisse Barros Gavino / Karen Catherine León García</i> .....	197
El turismo como alternativa de desarrollo de Cocharcas - Chincheros - Perú <i>Melissa Quispe Aquise / John Peter Aguirre Landa Elvira Cáceres Cayllahua / Víctor Enrique Lizama Mendoza</i> .....	211
Ariguaní en colores: pacificación a través del arte ancestral colombiano <i>Aura Inés Aguilar Caro / Angélica Orozco Idárraga Gina Morales Acosta</i> .....	225
Reflexiones sobre la noción de mediación en el contexto de la psicología y la comunicación: una mirada en clave de la complejidad <i>Jennifer Mejía Ríos / Ángel Saúl Díaz Téllez Víctor Manuel Varela García</i> .....	243
Importancia de los juegos tradicionales en Educación Inicial en Ecuador desarrollando habilidades en el aprendizaje <i>Lilia Monserrate Villacís Zambrano / Ana Loyda Robles Altamirano Adriana Lourdes Robles Altamirano</i> .....	259
La concepción de la investigación científica, protección y gestión de las creaciones industriales en las universidades ecuatorianas <i>Eduardo Vinicio Mejía Chávez / Ana Didian González Alberteris Steve Vinicio Mejía Gallegos / Antonio Sánchez Smith Rommel Gustavo Haro Sarabia</i> .....	271

Intención emprendedora en el entorno académico: Revisión Sistemática de la Literatura en el periodo 2007-2021 <i>Beatriz M. Terán-Pérez / Nora Teresa Millán López</i> <i>Denisse Ballardo-Cárdenas / Alejandra Miranda Félix</i> <i>Norma Aida Valenzuela Sánchez</i> .....	287
Análisis de transparencia y responsabilidad social como herramienta para los comercios <i>Maryuri Alexandra Zamora Cusme</i> <i>Lilia Moncerrate Villacís Zambrano</i> .....	301
Test de Findrisk como Predictor de Diabetes Mellitus tipo 2 en la Comunidad Turupamba - Cantón Biblián – Ecuador <i>Juan Pablo Tello Coronel / Larry Miguel Torres Criollo</i> <i>Mónica Viviana Siguenza Bermeo / Juan Carlos Tello Coronel</i> <i>Christopher Jhonatan López Altamirano</i> <i>Steven Geovanny Tello Coronel</i> .....	313
Influencia socioeconómica, política, cultural y familiar en la apropiación de prácticas culturales en jóvenes universitarios de Costa Rica y de Colombia <i>Angélica Orozco Idárraga / Aura Inés Aguilar Caro</i> <i>Carol Graciela Morales Trejos</i> .....	333
Tendencias de marketing a partir de los nuevos emprendimientos <i>Ana Cecilia Vélez Falcones / Lilia Moncerrate Villacís Zambrano</i> <i>María Gabriela Montesdeoca Calderón</i> <i>Lilia Raquel Villacís Zambrano</i> .....	351
Modelos cooperativos y solidarios: potencializadores para la reactivación económica y social en Armenia - Quindío - Colombia <i>Sandra Lucia Gonzales Fresneda / Martha Lucía García Londoño</i> <i>Ernesto Gómez Echeverri</i> .....	365
Violencia intrafamiliar y sus consecuencias en el ámbito familiar y social en el Ecuador <i>Pedro Fernando Faicán Rocano / Fanny Mercedes González León</i> <i>Odalís Yajaira Altamirano Jara / Andrade Pesántez María Caridad</i> <i>Brito Verdugo Ruth Ariana / Yépez Espinoza Carla Paola</i> .....	381
Afianzamiento de la motricidad en estudiantes de transición a través del uso de juegos educativos online en Cundinamarca - Colombia <i>William Orlando Álvarez Araque / Ivon Mayerly Bonza Camargo</i> .....	397



Modelo de Atención Integral de Salud Familiar, Comunitaria e Intercultural del Ecuador: un enfoque general <i>Fausto Maldonado Reyes / Sara Elizabeth Bravo Salinas Diana Laura Guerra / Larry Miguel Torres Criollo Robert Iván Álvarez Ochoa</i> .....	423
Gestión de Conocimiento en Empresas de América Latina: Revisión Sistemática de Literatura Científica para el período 2016-2021 <i>Matilde Flores Urbáez / Karen Viviana Ávila Ortega Alex Stalin Ruíz Ruíz</i> .....	441
La sustentabilidad de la economía circular <i>Víctor Manuel Piedra Mayorga / Rafael Granillo Macías María Eugenia Alcántara Hernández / Raúl Rodríguez Moreno Miguel Ángel Vázquez Alamilla</i> .....	473
Ansiedad en Estudiantes de la Maestría en Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Nayarit - México <i>Iliana Josefina Velasco Aragón Miriam Angélica Catalina Salcedo Montoya María Asunción Gutiérrez Rodríguez Ileana Margarita Simancas Altieri Heriberta Ulloa Arteaga / Ignacio Maldonado Bernal</i> .....	487
Prototipo de evaluación de permanencia de los cuentahabientes en instituciones bancarias basado en redes neuronales <i>Benito Samuel López Razo / Rebeca Belén López Razo Víctor Hugo de la O Martínez / Valentín Jiménez Jarquín Marco Antonio Acosta Mendizába / Enrique Limón Carrillo</i> .....	503
Marketing educacional para mejorar la calidad en el servicio bibliotecario de la Universidad Politécnica de Tulancingo - México <i>Thalia Mayela Barrón Romero / María del Rosario López Torres Raymundo Lozano Rosales</i> .....	517
Estrategias metodológicas en el accionar de la inclusión educativa <i>Katerine Yohana Solano Brito / Suleica Elvira Builes Zapata Sandra Laura Bermúdez Linares / Janeka López Contreras Tatiana Vizcaíno Pinto</i> .....	533



Diseño y Análisis de Modo y Efecto de Falla en una silla asistida para discapacidad motriz

*Erick Tamayo Loeza / Ramón Salvador Mézquita Martínez*

*Ivan de Jesús May Cen / Irving Metelin Rosado*

*Edylú Novelo Cetina ..... 545*

Aplicación del modelo integral para la gobernanza del clúster sector metalmecánico en Tundama - Boyacá – Colombia

*Hilda Lucia Jiménez Orozco / Sandra Mimiya Gómez Ángel*

*Flor Marlen Ávila Guerrero ..... 561*



# Marketing educacional para mejorar la calidad en el servicio bibliotecario de la Universidad Politécnica de Tulancingo – México

*Thalia Mayela Barrón Romero*

Centro de Información de la Universidad Politécnica de Tulancingo – México.  
Correo: thalia.barron@upt.edu.mx

*María del Rosario López Torres*

División de Ingenierías. Universidad Politécnica de Tulancingo – México.  
Correo: maria.lopez@upt.edu.mx

*Raymundo Lozano Rosales*

Investigación y Posgrado y División Económico Administrativas. Universidad Politécnica de Tulancingo – México.  
Correo: raymundo.lozano@upt.edu.mx

## Resumen

Es de suma importancia que las instituciones educativas identifiquen el valor respecto al marketing educacional como una herramienta de apoyo, así como las estrategias para mejorar su servicio, conociendo las necesidades, por lo que las personas que se encuentran a cargo de los departamentos de dichas instancias, deben cambiar los modelos tradicionales y tratar de adaptarse mediante la incorporación de tecnologías. La investigación que se desarrolló en el presente trabajo, se llevó a cabo mediante una metodología cuantitativa y un alcance explicativo, descriptivo y correlacional, se realizó con el propósito de identificar mediante un diagnóstico, los factores que inciden directamente en la calidad de los servicios y las estrategias de marketing educacional para saber que perspectiva tienen los usuarios, en cuanto al servicio que brinda el área

de biblioteca perteneciente a la Universidad Politécnica de Tulancingo, así como brindar una estrategia de marketing educativo para mejorar la calidad en el servicio otorgado.

**Palabras clave:** marketing educacional, calidad en el servicio, CRM.

## ***Educational marketing for improve the quality of services university librarian Polytechnic of Tulancingo – Mexico***

### **Abstract**

It is of the utmost importance that educational institutions identify the educational marketing as a support tool, as well, strategies to improve their service, knowing the needs, so that the people who are in charge of the each department, they must change traditional models and try to adapt by incorporating technologies. The investigation that was developed in the present work, was carried out through a quantitative methodology and an explanatory, descriptive and correlational scope, the purpose of identifying, through a diagnosis, the factors that directly affect the quality of services and educational marketing strategies to know what perspective students, teachers and administrators have, regarding the service provided by the library area belonging to the Polytechnic University of Tulancingo, as well as providing an educational marketing strategy to improve the quality of the service provided.

**Keywords:** educational marketing, service quality, CRM.

### **Introducción**

En este mundo globalizado se ha vuelto imprescindible el uso de estrategias de marketing, por lo que no es de extrañar, en lo que respecta al área educativa, se ha presentado la necesidad del uso de técnicas de marketing educativo con el objetivo de perfeccionar o mejorar un servicio y atención especializada a los usuarios de educación del nivel superior.

Éste es el caso del área de biblioteca de la Universidad Politécnica de Tulancingo, pese a ello, dicha área no ha explorado nuevos senderos para conocer cómo satisfacer a los usuarios a sabiendas de sus anhelos internos, analizando el mundo de los jóvenes desde la perspectiva de la humanización de las instituciones educativas, proyectar sensaciones, pensar en necesidades, expectativas, frustraciones, para generar satisfacciones, que sean capaces de ir más allá en cuanto se ofrece un servicio. El beneficio que puede obtener el área de biblioteca con las estrategias que se proponen, es lograr un acercamiento hacia los usuarios.

Este proyecto aborda estrategias educacionales, haciendo hincapié en los beneficios que traten consigo. Se realiza una propuesta mercadológica que permite mejorar la calidad en el servicio del área de biblioteca hacia sus usuarios. Para alcanzar el objetivo general de esta investigación, se hizo una recopilación de fuentes primarias como lo fue un cuestionario, conocer que perspectiva tienen los alumnos que tratan directamente con el área y así poder ofrecer estrategias de marketing educativo.

## **Problemática**

El marketing es un proceso administrativo importante desarrollado por las organizaciones, su impacto y alcance es indiscutido y su adecuada gestión permite vislumbrar y garantizar un futuro sólido a cualquier compañía. Conforme transcurre el tiempo, su desarrollo cambia con base a las nuevas tendencias, requerimientos del mercado y de los consumidores, los avances académicos y tecnológicos.

El marketing se ha definido de diversas formas, Kotler y Armstrong (2012), afirman "El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros". De igual manera, McCarthy y Perreault (2001), proponen que "el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente", y finalmente, la American Marketing Association (2013), plantea "la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general". Con

ello, se puede llegar a la conclusión que el marketing son todas aquellas tareas desarrolladas en la organización que tienen el objetivo de identificar con anticipación las necesidades que tienen tanto los clientes como el mercado meta, con la finalidad de satisfacerlas generando valor y de esta manera obtener beneficio para la organización.

Las instituciones educativas requieren del marketing educativo para mantener, e incrementar, su visibilidad en el mercado. Es una forma efectiva de atraer y captar estudiantes, y así evitar los pupitres vacíos que tan nefastas consecuencias pueden traer a su reputación y a sus finanzas.

De acuerdo con Mazariegos (2006), Marketing educativo es el proceso de investigación de necesidades sociales, tendientes a desarrollar y llevar a cabo proyectos educativos que satisfagan a las mismas, produciendo un crecimiento integral del individuo a través del desarrollo de servicios educativos, acordes a su valor percibido, disponibles en tiempo y lugar, y éticamente promocionados para lograr el bienestar de individuos y organizaciones.

Con base en lo anterior, es indispensable tratar de manera adecuada el servicio al cliente con respecto a la empresa con la cual se esté colaborando, en este caso una institución educativa. Para lo cual es necesario saber de qué se está hablando al mencionar "marketing", y de acuerdo con Kotler y Armstrong (2003), el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Asociado a esto, Cutropía (2002), nos menciona que el Marketing Educativo es un proceso de investigación sobre las necesidades sociales para desarrollar servicios educativos tendientes a satisfacerlas, de acuerdo con un valor percibido, distribuidas en un lugar y un tiempo para generar bienestar entre los individuos y las organizaciones.

## Objetivos de la investigación

### General

Proponer estrategias de marketing educacional que permitan la mejora de la calidad del servicio en el área de biblioteca de la Universidad Politécnica de Tulancingo

## Específicos

Identificar si existe un servicio de calidad dirigido al usuario en el área de biblioteca perteneciente a la Universidad Politécnica de Tulancingo.

Determinar el grado de satisfacción respecto a la calidad del servicio hacia los usuarios del área de biblioteca en la Universidad Politécnica de Tulancingo.

Elaborar una propuesta de estrategias de marketing educacional que permitan lograr la satisfacción de los clientes internos del servicio bibliotecario en la Universidad Politécnica de Tulancingo.

## Metodología

La investigación se realizó mediante un enfoque cuantitativo, debido a que usa estructuras estadísticas con la finalidad de obtener una cifra que respalde la investigación mediante una encuesta de preguntas cerradas para medir la tendencia y observa de forma general el panorama dentro del que se encuentra la situación respectiva al servicio que brinda el área de biblioteca de la Universidad Politécnica de Tulancingo. Así mismo, tuvo un alcance descriptivo, correlacional y explicativo; descriptivo, ya que busca describir la situación detalladamente del cómo se manifiesta el perfil de los usuarios que se presentan a biblioteca así como de quienes no hacen uso de ella; correlacional, ya que se asocian las variables y su relación de forma estadística; y explicativo, ello con la finalidad de comprender la situación que presentan los usuarios así como los motivos o las circunstancias por la cuales toman la decisión de no hacer uso del recurso que les otorga la institución por formar parte de la comunidad universitaria. El tipo de diseño que se usó fue el no experimental debido a que el estudio que se realiza no manipula ningún tipo de variables, sólo es una observación de aquellos fenómenos por los cuales los usuarios del área de biblioteca de la Universidad Politécnica de Tulancingo son escasos.

## Hipótesis

Para efectos de la presente Investigación se realizó la siguiente Hipótesis

H<sub>01</sub>: la planificación, comunicación, captación, y el CRM son factores que inciden negativamente en la calidad del servicio bibliotecario de la Universidad Politécnica de Tulancingo.

### Variables

**Dependiente:** calidad en el servicio.

**Independiente:** la planificación, comunicación, captación, y CRM.

### Muestra

Para el tamaño de la muestra se consideró a el total de la matrícula que se encontraba estudiantes en las diversas especialidades que se ofertan en la institución, para lo cual se una fórmula para poblaciones finitas, es decir, con menos de 100,000 habitantes con un intervalo de confianza de 95% y un error de estimación de 5%. La investigación se llevó a cabo en una población de 2,702 personas, estratificadas de manera que el total de la población se presenta en la tabla 1. Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

**Dónde:**

e=5%=0.05% o 10%=0.1

Z=1.96 (tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% de error)

Z=1.65 (tabla de distribución normal para el 90% de confiabilidad y 10% de error)

p=0.50

q=0.50

N=2,702 (universo)

Sustitución:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(1 - 0.50)(2,702)}{(2,702)(0.10)^2 + (1.65)^2(0.50)(1 - 0.50)}$$

$$n = \frac{(2,595.0008)}{(27.700625)} = 93.6802$$

$$n = 94 \text{ cuestionarios}$$



**Tabla 1**  
*Cantidad de alumnos*

Especialidad	Cantidad de matrícula	Porcentaje	Cantidad de encuestas
Doctorado en Ciencias de la Gestión Administrativa	11	0.4	1
Doctorado en Optomecatrónica	25	0.925	1
Maestría en Automatización y Control	11	0.4	1
Maestría en Computación Óptica	9	0.33	1
Maestría en Contribuciones Fiscales	37	1.37	1
Maestría en Desarrollo de Software	10	0.37	1
Maestría en Dirección de Organizaciones	21	0.77	1
Maestría en Energía Renovables	9	0.33	1
Maestría en Gestión e Innovación Educativa	28	1.03	1
Maestría en Optimización de Procesos	5	0.18	1
Ingeniería Civil	388	14.35	14
Ingeniería en Electrónica y Telecomunicaciones	51	1.88	2
Ingeniería en Sistemas Computacionales	337	12.47	12
Ingeniería en Tecnologías de Manufactura	63	2.3	2
Ingeniería Industrial	385	14.24	14
Ingeniería Robótica	139	5.14	5
Ingeniería Financiera	13	0.48	1
Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas	268	9.91	9
Licenciatura en Administración y Gestión Empresarial	313	11.58	11
Licenciatura en Negocios Internacionales	579	21.42	21
Total	2,702	99.875	101

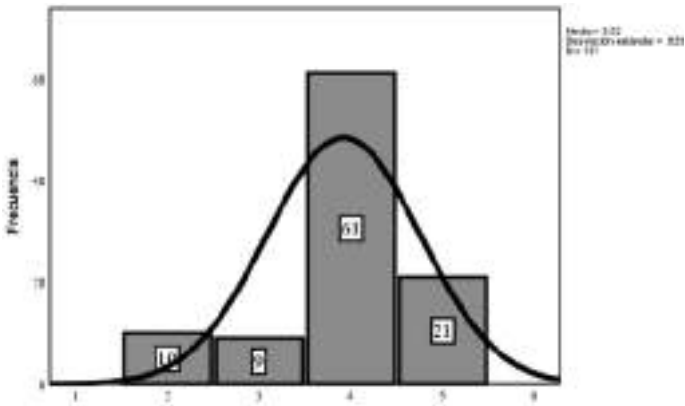
Teniendo un total de 2,702 alumnos, donde se consideró a licenciaturas, ingeniería y posgrados, esto con la finalidad de detectar aquellas áreas de oportunidad en las cuales se pueden proponer estrategias de marketing educacional que permitan la mejora en la calidad del servicio en el área de biblioteca de la Universidad Politécnica de Tulancingo. A continuación, se muestra el análisis correspondiente al instrumento que fue aplicado.

## Análisis e interpretación de resultados

En esta investigación se trabajaron aspectos relacionados con: Planeación, Comunicación, Captación, Customer Relationship Management (CRM), y Calidad en el Servicio. A continuación, se describe cada una de las variables objeto de estudio, mismas que se detallan a continuación:

**Figura 1**

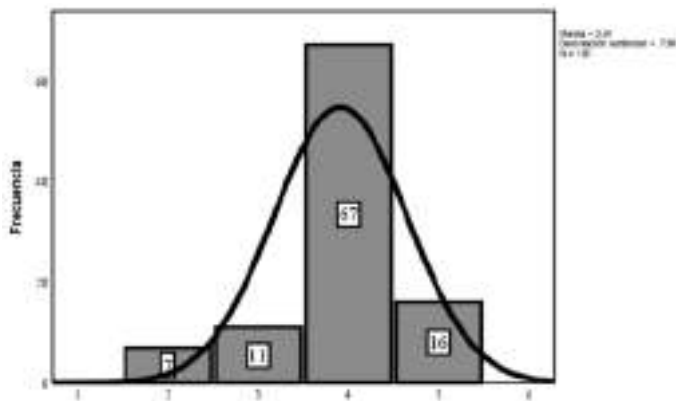
*La cantidad de los libros del mismo título es suficiente para la matrícula correspondiente a cada programa educativo*



En el siguiente ítem de Planeación que se observa en la figura 1, presenta un total de alumnos encuestados 82.1% que dicen que “están de acuerdo” respecto al número de libros con el mismo título son suficientes para cubrir la matrícula que corresponde a cada uno de los programas educativos (83), sin embargo, el 17.8% se presentan “en desacuerdo” (18), por lo que se propone que, en el área de biblioteca, manejen libros digitalizados con la finalidad de cubrir la necesidad de los alumnos respecto al material de apoyo.

**Figura 2**

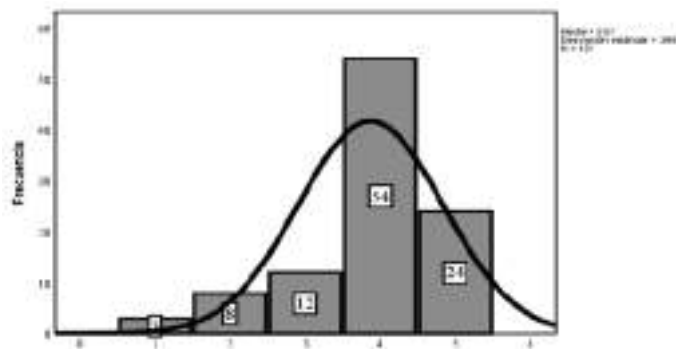
*El tiempo del préstamo de los libros a domicilio*



En relación al siguiente ítem, el cual corresponde al préstamo domiciliario, 81.2% dicen estar "de acuerdo" con que el préstamo domiciliario del acervo bibliográfico es suficiente (82), sin embargo, 18.8% de los encuestados, consideran que el tiempo del préstamo a domicilio no es suficiente (19), esto debido a diversos factores como temas complejos de entender, por lo que se sugiere implementar como estrategia la ampliación del tiempo del préstamo de tal forma que los alumnos cuenten con el material el tiempo suficiente para su uso. Dichos datos se aprecian en la figura 2.

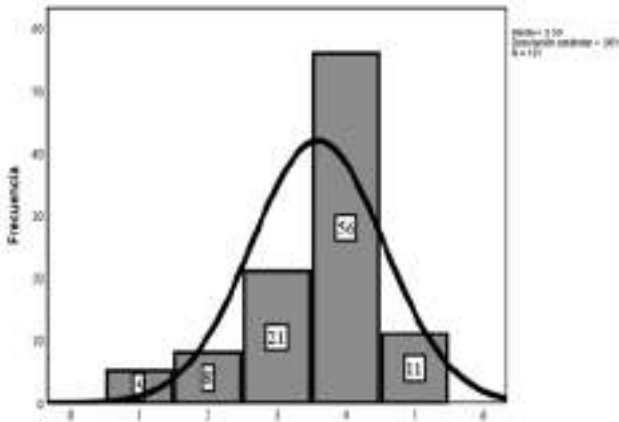
**Figura 3**

*La participación de biblioteca en redes sociales es acertada*



En la figura 3 se aprecia que el 66.3% concuerdan en que la participación que tiene el área de biblioteca en redes sociales es buena (67), sin embargo, un 33.7% que es el equivalente a 34 personas, "no están de acuerdo" en la participación que tiene la biblioteca, por lo que es necesario la implementación de una estrategia que lleve al área a una participación oportuna en redes sociales, proponiendo publicaciones del área como datos curiosos, extractos de libros, recomendaciones semanales para la lectura de cierto títulos.

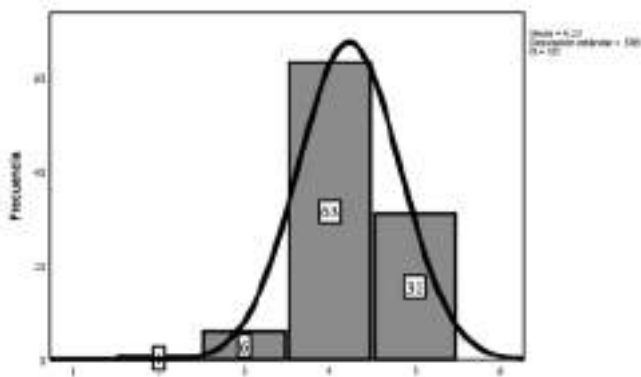
**Figura 4**  
*La atención que te brinda el personal de biblioteca es propia*



En la figura 4, se distingue que, del total de encuestados, el 95% se encuentran satisfechos con la atención que brinda el personal de biblioteca, por lo que, debido a los resultados obtenidos, es indispensable continuar por esa línea de trabajo manteniendo al personal capacitado en la atención al cliente.

Figura 5

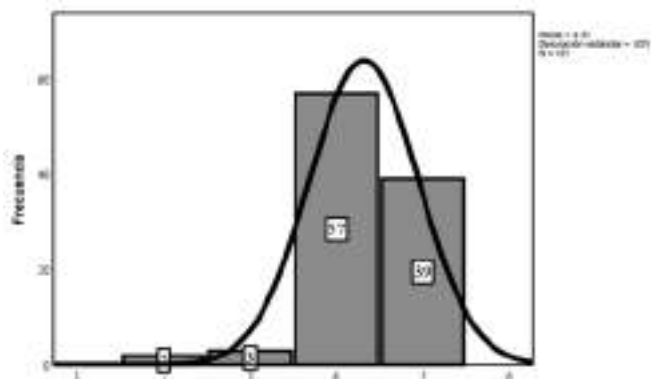
*Cuando te dieron el curso de inducción, consideraste que el recorrido fue apropiado*



En la figura 5 se aprecia que del total de alumnos encuestados (101), el 77.3% concuerdan en que el recorrido que realizaron durante el curso de inducción fue apropiado (78), sin embargo, un 22.8% que es el equivalente a 23 personas, "no están de acuerdo", por lo que es necesario la implementación de una estrategia, por lo que se propone un recorrido completo durante los cursos de inducción, así como el uso de la biblioteca durante una clase en el curso, ya con ello se verán inmerso en el uso de la biblioteca así como familiarizarse con el uso de la misma.

Figura 6

*El estado físico de los libros es digno*



En lo que respecta al ÍTEM sobre el estado físico de los ejemplares, del total de las personas encuestadas (101), 93.1% opinan que el estado físico en el que se encuentra el material es digno (94), únicamente un 6.9% se encuentran inconformes con ello (7), por lo que el material en estantería es adecuado para el uso de los alumnos. Dichos datos se encuentran representados en la figura 6.

## Conclusiones

Al comienzo de este estudio de tesis, se observó que es un tema impacta no sólo en la Universidad Politécnica de Tulancingo, sino a nivel estatal, a nivel República e inclusive a nivel global. Por lo cual es importante que se implementen las propuestas sugeridas en el presente trabajo de investigación, de manera que se haga el uso correspondiente del área, ya que es un beneficio con el que se cuenta como parte de los servicios por pertenecer a la comunidad universitaria.

Se realizó y aplico una encuesta, ya que es un modo de conocer de forma directa el grado de satisfacción que existe en los usuarios del área de biblioteca correspondiente a la Universidad Politécnica de Tulancingo. Por ello se percibe la calidad en el servicio que brinda el personal del área, presentando una línea de trabajo que satisface los criterios de los usuarios y se sugiere permanecer laborando de esta manera.

A partir de los resultados obtenidos por el instrumento aplicado, como se menciona con anterioridad, la calidad en el servicio que brinda el personal del área de biblioteca, presenta una línea de trabajo capacitada para satisfacer los criterios del usuario y se sugiere permanecer laborando de esta manera.

De acuerdo a lo que se identificó con la aplicación del instrumento, es notoria que existe un nicho de oportunidad para mejorar los servicios que reciben y perciben los usuarios del área de biblioteca de la institución educativa, así mismo, se visualiza que puede haber una ventaja competitiva si se implementan instrumentos tecnológicas, con la finalidad de obtener una eficiencia operativa mayor que otras instituciones y lograr que el usuario tenga las herramientas necesarias a su alcance, evitando pérdida de tiempo y esfuerzo.

Se sugiere, para futuros estudios, que posteriormente a la implementación de las estrategias recomendadas, después de un lapso de tiempo, se lleve a cabo un estudio con la finalidad de corroborar el incremento del uso del área de biblioteca.

De igual forma es importante que los resultados sean difundidos en congreso y artículos de investigación que sirva para otras instituciones educativas que tienen situaciones similares.

## Referencias

- Alvarado, O. (2003). *Gerencia y Marketing Educativo*. Lima: Universidad Alas Peruanas.
- Álvarez, C.; Ibáñez, S. y Sepúlveda, L. (2000). *Estrategias de búsqueda de empleo de los jóvenes estudiantes secundarios de la Región Metropolitana*. Santiago: CIDE
- American Marketing Association. (2013). *Definition of Marketing*. <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Arellano, J.; Fernández, T. y Pazmiño, W. (2019). *El marketing educativo, herramientas de apoyo en la calidad del talento humano en las universidades*. <http://revista-academica.utb.edu.ec/index.php/pertacade/article/view/150/111>
- Bur (2014). *Marketing Educativo. Cómo captar, retener y fidelizar alumnos*. Artículo.
- Cárdenas, Liliana. (2007). *La mercadotecnia en el servicio educativo privado en México*. Recuperado de: <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/166/719>
- Casanoves-Boix J. y Küster-Boluda I. (2017). *Evolución del marketing en la educación superior: el capital de marca educativo*. Recuperado de: [https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/170713\\_170715\\_E.pdf](https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/170713_170715_E.pdf)
- Corina, R. (2012). *Exploratory study regarding the quality assessment of services offered by a repair shop in Cluj-Napoca*. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 582-590.
- Cutropia (2002). *Introducción al marketing para centros de enseñanza*, Editorial Esic. Madrid, España.
- Fischer, Laura y Espejo, Jorge. (2011). *Mercadotecnia*. [https://www.academia.edu/35052181/Libro\\_Mercadotecnia\\_Laura\\_Fischer\\_y\\_Jorg\\_2\\_](https://www.academia.edu/35052181/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorg_2_)

- Fraser, K., Watanabe, C. & Hvolby, H.-H. (2013). Commitment to service quality in automotive dealerships: results from an Australian pilot study. *Journal of services*, 13, 7-29.
- Granados, Carlos. (2001). CRM (Customer Relationship Management) y servicios de información: La biblioteca como un negocio de la nueva economía. <http://eprints.rclis.org/5514/1/B10-01.pdf>
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary; Fundamentos de Marketing; Sexta Edición Editorial Pearson Education; México 2003; (Página 156)
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing. [https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf)
- Larios-Gómez, E. (2014). Mercadotecnia de las instituciones de educación superior. Cuaderno Profesional de Marketing-UNIMEP, 2(1), 15-29.
- López, M.; Marañón, L. y Torres A. (2017). Estrategias de marketing educacional para mejorar la calidad en el servicio de los clientes externos en la UPT. <http://reibci.org/publicados/2017/feb/2000102.pdf>
- Manes (1997). Gestión estratégica para instituciones educativas. Ediciones Granica. Buenos Aires, Argentina.
- Manes, J. (2004). Marketing para Instituciones Educativas: Guía para planificar la captación y retención de alumnos. Buenos Aires: Granica.
- Martin, M. (2016). Customers determination of service quality and satisfaction in a return/repair process: a quantitative study. *International Academy of Marketing Studies Journal*, 20(1), 36- 52.
- Martínez, Alicia; Ruíz, Carmen y Escrivá, Joan. (2014). Marketing en la actividad comercial. México; McGraw Hill. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>
- Mazariegos, Chrystian. (2006). El manejo del marketing en el servicio educativo. [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_1620\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1620_IN.pdf)
- McCarthy, J. y Perreault, W. (2001). Marketing: Un enfoque Global. México D.F., México: McGraw-Hill
- McCarthy, E. Jerome y Perreault, William D., Jr. (2001). Marketing. Un enfoque global., McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, Decimotercera edición. <https://www.gestiopolis.com/calidad-del-servicio-al-cliente-en-instituciones-educacion-superior/>
- Méndez, David. (2020). Servicios. <https://numdea.com/servicios.html>
- Moschen (2008). Innovación Educativa. Editorial Bonum. Buenos Aires, Argentina.



- Ojeda, Carla. (2011). Calidad del servicio al cliente en instituciones de educación superior. <https://www.gestiopolis.com/calidad-del-servicio-al-cliente-en-instituciones-educacion-superior/>
- Olivier, Emanuel. (2020). ¿Cuáles son los pilares del marketing educativo? <https://www.larepublica.net/noticia/cuales-son-los-pilares-del-marketing-educativo>
- Reynoso, M.; Pernas A. y Perazzo D. (2017). Marketing educativo en CONALEP Monterrey I: una estrategia heterogénea y armonizada. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0257-43142017000200010&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0257-43142017000200010&script=sci_arttext&lng=en)
- Rodríguez, Nivia. (2019). Estrategias de marketing digital para incrementar la captación de clientes en el área de eventos académicos del Colegio de Contadores Públicos de Junín. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7156/3/IV\\_FDE\\_318\\_TI\\_Rodriguez\\_Garcia\\_2019.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7156/3/IV_FDE_318_TI_Rodriguez_Garcia_2019.pdf)
- Rodríguez, y Valencia Joaquín. (2001). Introducción a la administración con enfoque de sistemas. <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1231/docs/unidad3.pdf>
- Sánchez, María & Sánchez, María. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Santomá, R. (2008) Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concept mapping al caso de las cadenas hoteleras en España. [http://www.thesisenred.net/bitstream/handle/10803/9316/tesis\\_santoma.pdf?sequence=1](http://www.thesisenred.net/bitstream/handle/10803/9316/tesis_santoma.pdf?sequence=1)
- Sanz, Daniel. (2017). Marketing educativo como estrategia de negocio en universidades privadas. Recuperado de: <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2731>
- Scheinson, D. (1993). Comunicación estratégica. Management y fundamentos de la imagen corporativa. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>
- Suárez, María. (2013). Los estudiantes como consumidores. Acercamiento a la mercantilización de la educación superior a través de las respuestas a la Encuesta Nacional de Alumnos de Educación Superior (ENAES). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982013000100011](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982013000100011)
- Suysuy, E. y Taira, D. (2019). Estrategias de marketing educativo para el posicionamiento de una institución educativa – 2018. Recuperado de: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1085>



Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago  
 “Jesús María Semprum”

## LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIONES COLECCIÓN UNIÓN GLOBAL

El libro 44 de “Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria”, de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro es una publicación internacional, seriada, continua, arbitrada, de acceso abierto a todas las áreas del conocimiento, orientada a contribuir con procesos de gestión del conocimiento científico, tecnológico y humanístico. Con esta colección, se aspira contribuir con el cultivo, la comprensión, la recopilación y la apropiación social del conocimiento en cuanto a patrimonio intangible de la humanidad, con el propósito de hacer aportes con la transformación de las relaciones socioculturales que sustentan la construcción social de los saberes y su reconocimiento como bien público.

El libro 44 "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro cuenta con el apoyo de los grupos de investigación: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia - Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de BIODesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato - México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUADAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - Puebla - México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas - México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia - Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia y diferentes grupos de investigación del ámbito nacional e internacional que hoy se unen para estrechar vínculos investigativos, para que sus aportes científicos formen parte de los libros que se publiquen en formatos digital e impreso.



# Gestión del Conocimiento

## *Perspectiva Multidisciplinaria*

El libro 44 de "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones, es una publicación internacional, seriada, continua, arbitrada, de acceso abierto a todas las áreas del conocimiento, orientada a contribuir con procesos de gestión del conocimiento científico, tecnológico y humanístico. Con esta colección, se aspira contribuir con el cultivo, la comprensión, la recopilación y la apropiación social del conocimiento en cuanto a patrimonio intangible de la humanidad, con el propósito de hacer aportes con la transformación de las relaciones socioculturales que sustentan la construcción social de los saberes y su reconocimiento como bien público.

El libro 44 de "Gestión del Conocimiento. Perspectiva Multidisciplinaria", de la Colección Unión Global, es resultado de investigaciones. Los capítulos del libro, son resultados de investigaciones desarrolladas por sus autores. El libro cuenta con el apoyo de los grupos de investigación: Universidad Sur del Lago "Jesús María Semprúm" (UNESUR) - Zulia - Venezuela; Universidad Politécnica Territorial de Mérida Kleber Ramírez (UPTM) - Mérida - Venezuela; Universidad Guanajuato (UG) - Campus Celaya - Salvatierra - Cuerpo Académico de Biondesarrollo y Bioeconomía en las Organizaciones y Políticas Públicas (CABBOPP) - Guanajuato - México; Cuerpo Académico Consolidado "Administración Aplicada" (CUA-DAP) - Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - Puebla - México; Red de Administración y Negocios (RedAyN) - Universidades Mexicanas - México; Centro de Altos Estudios de Venezuela (CEALEVE) - Zulia - Venezuela; Centro Integral de Formación Educativa Especializada del Sur (CIFE - SUR) - Zulia - Venezuela y el Centro de Investigaciones Internacionales SAS (CEDINTER) - Antioquia - Colombia y diferentes grupos de investigación del ámbito nacional e internacional que hoy se unen para estrechar vínculos investigativos, para que sus aportes científicos formen parte de los libros que se publiquen en formatos digital e impreso.

**ISBNe: 978-980-6516-49-6**

Fondo Editorial de la  
Universidad Nacional Experimental  
Sur del Lago "Jesús María Semprúm"