

EL META-ANALISIS DE LOS AVANCES DE LAS INVESTIGACIONES EN EL CAMPO DE LA MERCADOTECNIA EN LA UNAH

***Flor María Figueroa**
Universidad Nacional Autónoma De Honduras

Dany Ariel Gutiérrez
Universidad Nacional Autónoma De Honduras

Mirian Salinas
Universidad Nacional Autónoma De Honduras

***Flor María Figueroa**
Universidad Nacional Autónoma De Honduras

Tel. 9819-4358

Email: florfigueroa_26@yahoo.es

RESUMEN

Se realizó una recolección de datos de las investigaciones mediante la elaboración de un cuestionario que fue aplicado a los estudiantes de la carrera de mercadotecnia en las clases de Métodos y Técnicas de Investigación, Investigación 1, Investigación 2, y Seminario de Investigación, que se imparten en la carrera de mercadotecnia. Como uno de los principales objetivos específicos se tiene: Recopilar datos de los avances de las investigaciones en el campo de la mercadotecnia que nos permita poder utilizar de un modo más eficiente la información proveniente de varios estudios. Como objetivo general: Desarrollar una meta-análisis en los avances de la investigación en el campo de la mercadotecnia en la UNAH. Se puede mencionar que cuales son los medios más convenientes por los cuales los estudiantes se están enfocando en lo que son las líneas de investigaciones.

También dentro de la investigación encontramos los marcos teórico que muestra la historia de algunas investigaciones que se han llevado a cabo en la UNAH en el área de mercadotecnia.

Las hipótesis de la investigación lo que pretende es dar a conocer un impacto positivo ya que su objetivo principal es dar una respuesta al problema que se está investigando en la sociedad.

La investigación que se está realizando, tiene un enfoque positivista, se utilizó un tipo de investigación cuantitativa con un diseño no experimental. Dentro del diseño no experimental optamos por la investigación transversal simple; debido a que la recolección de datos los obtendremos una sola vez

El método que se utilizara para recolectar la información es el de Inspección Documental, debido a que se necesita realizar la base de datos de la investigación realizada por los alumnos de mercadotecnia para corroborar la línea de investigación que se han tenido durante los últimos cinco años.

Palabras clave: Mercadotecnia, Meta-análisis Unah, Estudiantes.

ABSTRACT

Baseline data collection research was carried out by preparing a questionnaire was applied to students studying marketing in classes Methods and Techniques Research Research 1 Research 2 and Research Seminar, taught career in marketing. As one of the main specific objectives we have: Collect data on the progress of research in the field of marketing that allows us to use more efficiently the information from several studies. As a general goal: Develop a meta-analysis on the progress of research in the field of marketing at UNAH. It may be mentioned that which are the most convenient means by which students are focusing on what are the lines of research.

Also within the research we found the theoretical frameworks that shows the history of some investigations that have been carried out in the UNAH in the area of marketing.

The hypothesis of the research it aims to provide a positive impact since its main objective is to respond to the problem being investigated in society.

The research being done, has a positivist approach, a type of quantitative research was used with a non-experimental design. Within the non-experimental design we opted for simple cross research; because data collection will get them once

The method used to collect information is the Inspection Documentary, because they need to make the database research conducted by students of marketing to corroborate the research that have had over the last five years.

Keywords: Marketing, Meta-analysis, Unah, Students.

I. INTRODUCCIÓN

En el presente informe pretende dar a conocer el estudio del meta-análisis de los avances de las investigaciones realizadas en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras en los últimos cinco años, en relación al campo de la mercadotecnia, cuya finalidad de dicho estudio es identificar cuáles son las nuevas líneas de investigación orientadas a la mercadotecnia y los aportes que estas ofrecen en cuanto a conocimiento e información a diferentes sectores y ámbitos de la sociedad.

Para ello se establecieron una serie de lineamientos en base al cual se desarrollara dicha investigación, en el cual inicialmente se determinaron cuáles eran los objetivos principales para poder analizar las nuevas líneas de investigación en la mercadotecnia, así como también se describen algunos estudios realizados en los últimos años, donde se destacan los principios comunes entre estos. Asimismo se hace relevancia al poco conocimiento que existe de la sociedad, en torno a los nuevos lineamientos donde la mercadotecnia ha influido a través del tiempo.

También en este trabajo se incluyen teorías acerca del meta-análisis, para poder comprender de una mejor manera la combinación de los resultados en la obtención de los avances de las investigaciones realizadas para dicho estudio con el propósito de dar una estimación global para dichos estudios.

Además se describe la metodología que se utilizó para poder llevar a cabo este estudio, así como también el método de recolección de datos y el instrumento para la obtención

de los resultados, y posteriormente se hizo un análisis de los datos recopilados, y finalmente se concluye con los resultados de dicha investigación.

II. MARCO TEORICO / CONCEPTUAL / REFERENCIAL

Dado que nuestro trabajo, se concentra en el meta-análisis de los avances de investigación en el campo de la mercadotecnia en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras UNAH, la cual indicamos algunos conceptos importantes antes de introducirnos en el tema de investigación.

(Glass, 1976) Define que el meta-análisis (MA) es un método de investigación relativamente nuevo que ha sido aplicado en campos tan diversos como la Física, la Psicología y posteriormente en Biomedicina. El término fue introducido por Glass en el año 1976, y se define como el proceso de combinar los resultados de diversos estudios relacionados con el propósito de llegar a una conclusión.¹ El MA es en su esencia una revisión bibliográfica, pero a diferencia del método clásico que ésta utiliza, consistente en comentar, analizar y comparar descriptivamente ensayos clínicos individuales, el MA relaciona sistemáticamente y cuantifica gran diversidad de resultados y ofrece conclusiones cuantitativas y cualitativas sobre el aspecto estudiado. En la literatura médica actual existe la tendencia a incrementar la frecuencia de aparición de estudios que utilizan esta técnica.

Para (Guaita, 2011) El termino meta-análisis no es sinónimo de revisión sistemática, es solo una parte de la revisión. Meta-análisis es una técnica estadística que combina los resultados de diversos estudios individuales para lograr sintetizar sus resultados y dar una estimación global. Algunas publicaciones llamadas meta-análisis no son revisiones sistemáticas. Una revisión sistemática, a menudo, se llama "revisión". David Sackett (Tabla 1) hace una distinción entre revisión sistemática, revisión y meta-análisis. Nosotros utilizaremos el término "revisión sistemática" para el proceso entero y el de "meta-análisis" para la técnica estadística específica que combina los resultados.

Tabla N.-1 comparativa del meta-análisis y la revisión sistemática

Revisión	"el término general para todo intento que sintetice los resultados y las conclusiones de dos o más publicaciones Relacionadas con un tema dado".
Sistemática	"cuando una revisión se esfuerza en la identificación exhaustiva, a través de toda la literatura de un tema dado, valorando su calidad y sintetizando sus resultados"
Meta análisis	"cuando una revisión sistemática incorpora una estrategia estadística específica para reunir los resultados de varios estudios en una sola estimación"

Sackett, D et al. *Clinical Epidemiology: A basic science for clinical medicine* 2nd ed. Little, Brown & Company, 1991

La realización de una meta-análisis es un proceso de investigación que requiere el cumplimiento de las normas propias del método científico: objetividad, sistematización y replicabilidad. Ésta es la principal diferencia con respecto a las revisiones tradicionales de la investigación. Frente a las revisiones narrativas, también denominadas revisiones cualitativas o subjetivas, la meta-análisis propugna el mismo rigor científico que se exige en las investigaciones primarias. En una meta-análisis no se

prejuzgan los resultados de las investigaciones, sino que se cuantifican y se analizan conjuntamente. Así mismo, un meta-análisis tiene que garantizar su replicabilidad por otros investigadores, por lo que todas las decisiones en el proceso de revisión cuantitativa tienen que hacerse explícitas (Rosental, 1995)

(Sánchez, 2004) Identifica 2 tipos de meta-análisis los cuales son:

Meta-análisis cualitativo

Valoración de la validez de los estudios primarios: método seguido para la extracción de la información relevante y pertinente de cada investigación. El aspecto central en el meta-análisis cualitativo es la valoración de la calidad de una investigación. La valoración de la calidad es importante ya que los estudios de alta calidad reducen sesgos y tienen mayor precisión para estimar el efecto que calculan. Se ha de realizar una comparación vertical de todos los estudios realizados.

Meta-análisis cuantitativo Valora:

1. Los métodos estadísticos empleados para la combinación de resultados. Cohortes à Riesgo Relativo, Casos-controles à Odds Ratio (razón de desventaja).
2. Metodología empleada para tratar el problema de la heterogeneidad. No podemos comparar RR con OR. La heterogeneidad mide las diferencias entre los distintos tipos de diseños. Ejemplo: la población general no es igual a la población hospitalaria.
3. Análisis de sensibilidad. Comprobar que el modelo es continuo, hay distintos niveles exposición y distintos niveles de riesgo. Comparar estudios con resultado de riesgo muy alto o muy bajo.
4. Valoración estadística del sesgo de publicación. (Sólo se publican estudios en los que los factores de riesgo estudiados si son factores de riesgo o de protección significativos).

Los objetivos de un meta-análisis no se reducen a una simple y única cuantificación de muchos resultados de diversos estudios. Los objetivos son:

- a) Resumir o describir el grado en el que dos constructos están relacionados
- b) Identificar factores o características de los estudios analizados que explican la variabilidad de los resultados
- c) Sugerir orientaciones para futuras investigaciones
- d) Ofrecer nuevas perspectivas teóricas, nuevas hipótesis que a su vez pueden ser objeto de otros estudios, resolver o explicar resultados conflictivos
- e) Sugerir posibles aplicaciones de los resultados (Cohen, 1988)

Los objetivos para realizar un meta análisis. Dentro de ellos (Giménez, 2012) destaca:

- La necesidad de guía para la toma de decisiones, a través de revisión sistemática con resúmenes matemáticos de sus resultados.
- Dar una solución a la incertidumbre que no ha podido ser resuelta, por la existencia de resultados dispares en los estudios existentes.
- Estimar el tamaño del efecto (al sumar el "n" poblacional)
- Evaluar heterogeneidad de los estudios.
- Evaluar, si es posible, subgrupos.

- Aportar información para la realización de evaluaciones de tecnologías sanitarias.

(Glass, 1976) Distingue entre el análisis primario, que es el análisis original que hace cada autor con los datos de su estudio particular; el análisis secundario, que es el re-análisis de los mismos datos, para utilizar mejores métodos estadísticos o para responder a nuevas preguntas con los mismos datos; y el meta-análisis, que es un análisis de toda una colección de análisis para poder integrar todos los resultados. La unidad de análisis es el estudio o la investigación primaria. La única condición es que todos los estudios se refieran a la misma hipótesis, entendida en un sentido amplio, y que presenten los datos necesarios para poder llevar a cabo un meta-análisis.

Las etapas de un meta análisis

Los meta análisis deben considerarse como verdaderos proyectos de investigación en los que las unidades de observación son los estudios originales y que requieren una adecuada planificación, una considerable dedicación de recursos (especialmente humanos) y la elaboración de un protocolo en el que se detalle cada una de las etapas del proceso que se describen a continuación:

- a) Establecimiento del problema y la hipótesis que se desea valorar
- b) Cuantificación de los efectos
- c) Búsqueda de la información
- d) Localización de los estudios de investigación.
- e) Criterios de inclusión/exclusión de los estudios.
- f) Evaluación de la calidad de los estudios incluidos.
- g) Combinación de resultados
- h) Identificación del sesgo de publicación
- i) Análisis de sensibilidad

(Shulman, s.f.)

Los Tipos de meta-análisis según (Giménez, 2012) son:

- El MA de redes se emplea para el cálculo del efecto directo a través del análisis de trabajos de investigación que contengan las intervenciones de estudio evaluadas entre si y de cada una de estas con placebo.
- Usualmente los MA pueden emplear como sustrato los datos agregados de cada estudio o los datos individuales (pooled analyses) de cada integrante del estudio. En el caso de contar con los datos individuales, se obtendrá un MA de mayor calidad, lo que permite una mayor fiabilidad del resultado final y a su vez analizar los subgrupos, que al emplear los datos agregados no es posible. Sin embargo hay que tener en cuenta que los estudios individuales son más caros, requieren de mayor tiempo así como de la colaboración entre los investigadores de los diferentes estudios.
- Otro tipo de MA es el acumulativo, que es aquel que luego de haberse realizado y por la posterior aparición de nuevos estudios se vuelve a realizar acumulando los estudios nuevos a los ya existentes.

III. METODOLOGÍA

Tipo De Investigación

La investigación es de tipo cuantitativa porque se basa en un análisis estadístico el cual pretende encontrar una relación entre las variables de la investigación.

Alcance De La Investigación

Es de tipo correlacional, porque se establece una relación de causa y efecto, ya que el alcance de nuestra investigación pretende dar a conocer y analizar los aportes de las investigaciones realizadas en la UNAH.

Diseño De La Investigación

El diseño de la investigación es de tipo No Experimental-Transversal, ya que no se manipulo ni se sometió a prueba las variables de estudio.

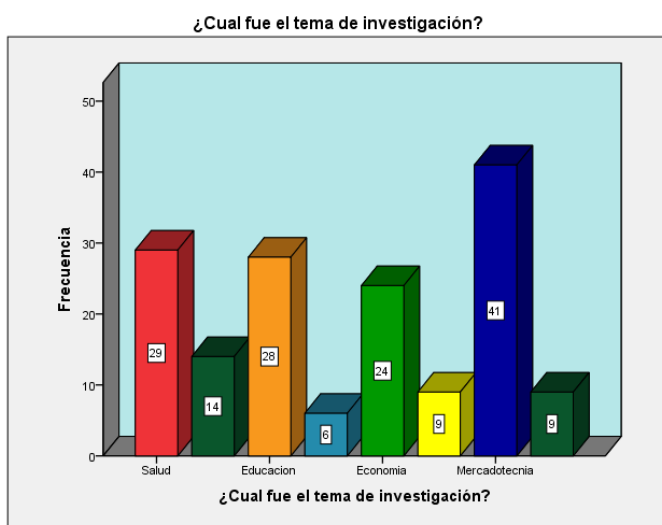
a. Componentes y recolección de datos

El método que se utilizara para recolectar la información es el de Inspección Documental, debido a que se necesita realizar la base de datos de la investigación realizada por los alumnos de mercadotecnia para corroborar la línea de investigación que se han tenido durante los últimos cinco años.

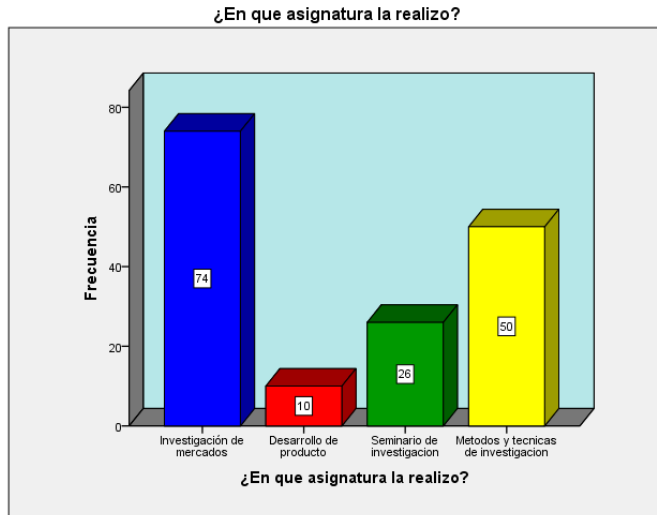
El instrumento que se utilizara en esta investigación será la encuesta, mediante la elaboración de un cuestionario aplicado a los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia.

IV. ANÁLISIS DE DATOS

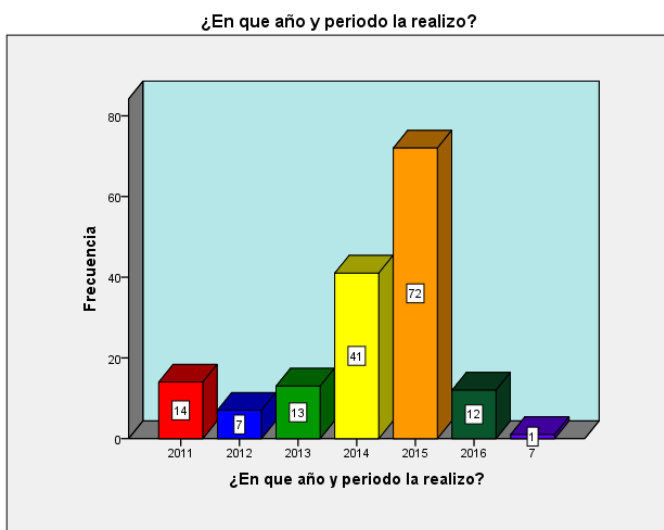
A continuación se da a conocer el contenido de las referencias de esta investigación:



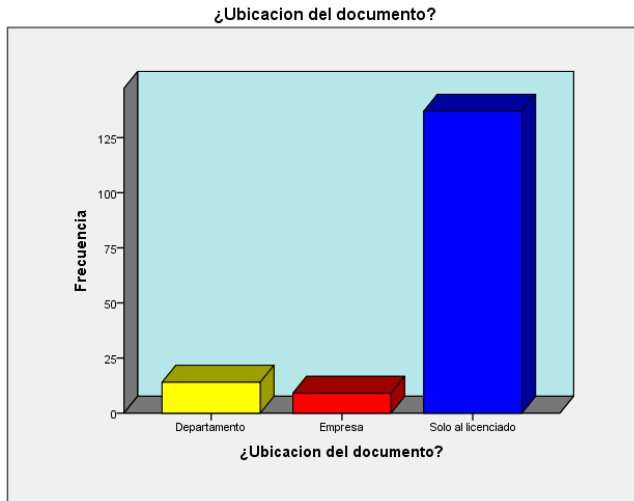
Se les consulto a las personas mediante una encuesta el cual se le preguntaba acerca de que tema de investigación habían realizado. El 26% de las personas realizaron investigaciones enfocadas en el área de mercadotecnia. Seguidamente en el área de la salud con un 18%.



Según la encuesta realizada a los estudiantes de mercadotecnia respondieron en un 45% que las investigaciones se realizaron en la clase de Investigación de Mercados y un 30% en la clase de Métodos y Técnicas de Investigación.



En cuanto a la pregunta realizada a los estudiantes de mercadotecnia ¿En qué año y periodo realizaron la investigación? El 45% de los estudiantes la realizo en el año de 2015, mientras que el 25% fue en el año 2014.



Según la pregunta elaborada a los estudiantes de ¿Dónde ubicaron el documento? El 85% de las personas encuestadas entregaron la investigación al licenciado.



En el aporte que dejo la investigación, la mayoría de los estudiantes respondieron que les dejo un aporte teórico con un 62% y el 28% les dejo experiencia.

Análisis Cruzado

En la recolección de datos, los resultados más importantes mediante un análisis cuantitativo se observó lo siguiente:

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cuál fue el tema de investigación? * ¿En qué año y periodo la realizo?	160	98,8%	2	1,2%	162	100,0%

¿Cuál fue el tema de investigación?*¿En qué año y periodo la realizo? tabulación cruzada

Recuento

		¿En qué año y periodo la realizo?						Total
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	
¿Cuál fue el tema de investigación?	Salud	3	1	5	10	8	2	29
	Tecnología	0	1	0	3	9	1	14
	Educación	3	3	1	5	14	2	28
	Política	1	0	0	0	5	0	6
	Economía	5	0	3	4	12	0	24
	Seguridad	0	0	1	1	6	1	9
	Mercadotecnia	1	1	3	14	17	5	41
	Turismo	1	1	0	4	2	1	9
Total		14	7	13	41	73	12	160

¿Cuál fue el tema de investigación?*¿En qué asignatura la realizo? tabulación cruzada

Recuento

		¿En qué asignatura la realizo?					Total
		Investigación de mercados	Investigación de mercados 2	Desarrollo de producto	Seminario de investigación	Métodos y técnicas de investigación	
¿Cuál fue el tema de investigación?	Salud	13	1	1	5	9	29
	Tecnología	5	0	3	2	4	14
	Educación	13	1	0	7	7	28
	Política	2	0	0	1	3	6
	Economía	9	0	0	4	11	24
	Seguridad	3	0	0	3	3	9
	Mercadotecnia	24	0	6	4	7	41
	Turismo	3	0	0	0	6	9
Total		72	2	10	26	50	160

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿En qué año y periodo la realizo? * Edad	160	98,8%	2	1,2%	162	100,0%
¿En qué año y periodo la realizo? * Ocupación	160	98,8%	2	1,2%	162	100,0%

¿En qué año y periodo la realizo?*Edad tabulación cruzada

Recuento

		Edad				Total
		16 a 20 años	21 a 25 años	26 a 30 años	30 Años en adelante	
¿En qué año y periodo la realizo?	2011	2	6	6	0	14
	2012	0	5	2	0	7
	2013	0	7	6	0	13
	2014	1	26	13	1	41
	2015	2	48	23	0	73
	2016	0	9	3	0	12
Total		5	101	53	1	160

¿En qué año y periodo la realizo?*Ocupación tabulación cruzada

Recuento

		Ocupación			Total
		Trabaja	Estudia	Ambas	
¿En qué año y periodo la realizo?	2011	6	4	4	14
	2012	4	3	0	7
	2013	7	5	1	13
	2014	4	27	10	41
	2015	16	41	16	73
	2016	1	7	4	12

Total	38	87	35	160
-------	----	----	----	-----

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación? * Edad	160	98,8%	2	1,2%	162	100,0%
¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación? *	160	98,8%	2	1,2%	162	100,0%
Ocupación						
¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación? * Ingresos	160	98,8%	2	1,2%	162	100,0%

¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación?*Edad tabulación cruzada

Recuento

		Edad				Total
		16 a 20 años	21 a 25 años	26 a 30 años	30 Años en adelante	
¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación?	Teórico	3	66	31	0	100
	Experiencia	2	25	17	1	45
	Nuevo proceso	0	6	4	0	10
	Nuevo modelo	0	4	1	0	5
Total		5	101	53	1	160

¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación?*Ocupación tabulación cruzada

Recuento

		Ocupación			Total
		Trabaja	Estudia	Ambas	
¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación?	Teórico	25	58	17	100
	Experiencia	8	24	13	45
	Nuevo proceso	4	2	4	10
	Nuevo modelo	1	3	1	5

Total	38	87	35	160
-------	----	----	----	-----

¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación?*Ingresos tabulación cruzada

Recuento

		Ingresos					Total
		0 a 1000	1000 a 3000	3000 a 7000	7000 a 10000	10000 en adelante	
¿Cuál fue el aporte que dejó la investigación?	Teórico	2	28	34	26	10	100
	Experiencia	6	12	14	12	1	45
	Nuevo proceso	1	1	0	7	1	10
	Nuevo modelo	0	1	2	2	0	5
Total		9	42	50	47	12	160

V. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

- Según este estudio realizado en la UNAH, con los estudiantes de la carrera de mercadotecnia, logramos demostrar como en los últimos cinco años hubo un aumento en los avances alcanzados en las investigaciones realizadas por los estudiantes de mercadotecnia.
- Durante la recolección de datos podemos observar que las investigaciones realizadas por los estudiantes de mercadotecnia se entregan con una mayor proporción del 85% a los licenciados y que no existe una plataforma en donde los estudiantes puedan obtener dichos estudios.
- Mediante los avances de estos estudios que se han llevado a cabo en la UNAH se pudo observar que otras áreas de la ciencia como la salud, la educación, tecnología y economía, entre otras, se están orientando con un enfoque positivo al campo de la mercadotecnia.
- Los aportes que estas investigaciones ofrecen son de gran relevancia en cuanto a conocimiento e información a diferentes sectores y ámbitos de la sociedad, así como en la comunidad estudiantil.

REFERENCIAS

- (Glass, 1976) http://bvs.sld.cu/revistas/mil/vol24_2_95/mil11295.htm
 (Guaita, 2011) https://www.murciasalud.es/recursos/ficheros/136630-capitulo_11.pdf
 (Rosental, 1995) <http://www.um.es/metaanalysis/pdf/5023.pdf>
 (Sánchez, 2004) <http://mural.uv.es/safu/preventiva/Tema%2018.htm>
 (Cohen,1988)<http://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulosre300/re3000900488.pdf?documentId=0901e72b81272cbe>
 (Giménez, 2012) <http://www.um.edu.uy/docs/metaanalysis.pdf>

*IV Congreso de Economía, Administración y Tecnología (CEAT 2016)
"Economía, Administración y Tecnología para una Competitividad Sostenible"
Nov 15 - 17, 2016 Tegucigalpa, Honduras*

(Glass, 1976) http://bvs.sld.cu/revistas/mil/vol24_2_95/mil11295.htm

(Shulman,s.f.)<http://www.sergas.es/Saude-publica/Documents/1930/11-Ayuda%20Meta-anlisis.pdf>

(Giménez, 2012) <http://www.um.edu.uy/docs/metaanalisis.pdf>

http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/10/A6.pdf

http://www.imbiomed.com.mx/1/1/articulos.php?method=showDetail&id_articulo=71775&id_seccion=4307&id_ejemplar=7170&id_revista=271

<http://www.upslp.edu.mx/upslp/>

<http://www.upslp.edu.mx/upslp/>

<http://www.um.es/metaanalysis/pdf/5016.pdf>

AUTORIZACIÓN Y RENUNCIA

El siguiente texto deberá aparecer en la sección; "Los (a) autores facultan a CEAT para publicar el escrito en los procedimientos de la conferencia. CEAT o los editores no son responsables por el contenido y las implicaciones de lo que esta expresado en el escrito."