

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS (PYMES) CASO: GESTIÓN EMPRESARIAL DE SALUD**

Presentado Por:

**BR. SAMUEL DAVID MATHEUS DELGADILLO
BR. JESUS DAVID LA RIVA GARCIA**

TRUJILLO, 2025

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



**MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS (PYMES) CASO: GESTIÓN EMPRESARIAL DE SALUD**

Trabajo Especial de Grado para Optar al Título de Licenciado en Administración de Empresas

Presentado Por:

BR. SAMUEL DAVID MATHEUS DELGADILLO
BR. JESUS DAVID LA RIVA GARCIA

TUTOR: MSc. LISBETT CABRERA

TRUJILLO, 2025

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional y su constante apoyo en cada paso de nuestras vidas. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. A mis amigos, por ser mi fuente de inspiración y por estar siempre a nuestro lado en los momentos de alegría y desafío. Y a todos mis profesores, cuya dedicación y pasión por la enseñanza han sido fundamentales en nuestra formación.

Samuel David Matheus Delgadillo

Jesús David La Riva García

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido a la realización de esta tesis. A nuestra tutora Lisbett Cabrera por su orientación, paciencia y sabiduría a lo largo de este proceso. A nuestros compañeros de estudios especialmente nuestro grupo que se formó desde el primer trimestre a Arianna, Virginia, Silvia y Valentina, por compartir este camino y por las valiosas discusiones que enriquecieron nuestro trabajo.

Agradecemos también a la Universidad Valle del Momboy por brindar su apoyo y recursos que fueron esenciales para la investigación. Finalmente, a todos aquellos que, de alguna manera, han influido en nuestra vida académica y personal, les agradecemos profundamente. Este logro es el resultado del esfuerzo colectivo y el cariño recibido.

Samuel David Matheus Delgadillo

Jesús David La Riva García

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
ÍNDICE.....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
VEREDICTO.....	10
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO I.....	18
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	18
1.1 Contextualización del Problema.....	18
1.2 Formulación del Problema.....	22
1.2.1 Problema General.....	22
1.2.2 Problemas Específicos.....	22
1.3 Objetivos de la Investigación.....	22
1.3.1 Objetivo General.....	22
1.3.2 Objetivos Específicos.....	22
1.4 Justificación de la Investigación.....	23
1.4.1 Justificación Teórica.....	24
1.4.2 Justificación Metodológica.....	24
1.4.3 Justificación Práctica.....	24
1.4.4 Justificación Social.....	25
1.5 Alcances y Limitaciones.....	25
1.5.1 Alcances.....	25
1.5.2 Limitaciones.....	26
1.6 Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable.....	26
CAPÍTULO II.....	29
MARCO TEÓRICO.....	29
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	29
2.2 Bases Teóricas.....	32

2.2.1 Innovación.....	33
2.2.2 Gestión de la Innovación.....	34
2.2.3 Elementos de la Gestión de Innovación.....	37
2.2.4 Tipos de Innovación.....	40
2.2.5 Factores que Influyen en la Gestión de Innovación.....	43
2.3 Operacionalización de Variables.....	49
CAPÍTULO III.....	51
MARCO METODOLÓGICO.....	51
3.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	51
3.2 Población y Muestra.....	52
3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	54
3.4 Validez y Confiabilidad.....	55
3.5 Procedimiento Metodológico.....	57
3.6 Técnica de Análisis de Datos.....	57
CAPÍTULO IV.....	58
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	58
4.1 Presentación y Análisis de Resultados.....	58
4.2 Discusión de Hallazgos.....	81
4.3 Vinculación con los Objetivos Institucionales del Desarrollo Humano Sustentable.....	86
CAPÍTULO V.....	91
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	91
5.1 Conclusiones.....	91
5.2 Recomendaciones.....	94
CAPÍTULO VI.....	95
LA PROPUESTA.....	95
6.1 Introducción.....	95
6.2 Fundamentación Teórica y Conceptual de la Propuesta.....	95
6.3 Objetivos de la Propuesta.....	96
6.4 Descripción de la Propuesta.....	96
REFERENCIAS.....	114
ANEXOS.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Operacionalización de Variables.....	50
Tabla 2.- Usuarios Atendidos Mensualmente por Gestión Profesional de Salud (enero - abril 2025).....	53
Tabla 3.- Indicador: Vigilancia del Entorno.....	59
Tabla 4.- Indicador: Focalización.....	61
Tabla 5.- Indicador: Capacitación.....	62
Tabla 6.- Indicador: Implantación.....	64
Tabla 7.- Indicador: Innovación en Función del Grado de Novedad.....	67
Tabla 8.- Indicador: Innovación en Función de su Naturaleza.....	68
Tabla 9.- Indicador: Demanda a la Innovación.....	70
Tabla 10.- Indicador: Factibilidad Técnico-Económica.....	72
Tabla 11., Indicador: Generación de Adaptaciones.....	73
Tabla 12.- Indicador: Cambios Tecnológicos.....	75
Tabla 13.- Indicador: Generación de Optimizaciones.....	76
Tabla 14.- Indicador: Generación de Procesos Gerenciales Productivos.....	77
Tabla 15.- Indicador: Proceso de Globalización según el Manual de Oslo.....	79
Tabla 16.- Indicador: Otros Factores.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Indicador: Vigilancia del Entorno.....	60
Figura 2.- Indicador: Focalización.....	61
Figura 3.- Indicador: Capacitación.....	63
Figura 4.- Indicador: Implantación.....	64
Figura 5.- Indicador: Aprendizaje.....	65
Figura 6.- Indicador: Aprendizaje.....	66
Figura 7.- Indicador: Innovación en Función del Grado de Novedad.....	67
Figura 8.- Indicador: Innovación en Función de su Naturaleza.....	69
Figura 9.- Indicador: Demanda a la Innovación.....	71
Figura 10.- Indicador: Factibilidad Técnico-Económica.....	72
Figura 11.- Indicador: Generación de Adaptaciones.....	74
Figura 12.- Indicador: Cambios Tecnológicos.....	75
Figura 13.- Indicador: Generación de Optimizaciones.....	76
Figura 14.- Indicador: Generación de Procesos Gerenciales Productivos.....	78
Figura 15.- Indicador: Proceso de Globalización según el Manual de Oslo.....	79
Figura 16.- Indicador: Otros Factores.....	81

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.- Cuestionario Digital Aplicado a Clientes de GPS.....	118
Anexo 2.- Validación del Instrumento.....	121
Anexo 3.- Confiabilidad del Instrumento.....	123
Anexo 4.- Carta de aprobación del tutor.....	125

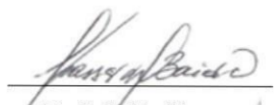



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

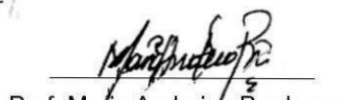
VEREDICTO

Nosotros, Prof. Maria Andreina Perdomo, Prof. Zaida Kassar y Prof. Lisbett Cabrera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: CASO GESTIÓN PROFESIONAL DE SALUD**, que presenta el Br. **MATHEUS DELGADILLO, SAMUEL DAVID**, portador de la C.I. No. **27.896.297**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **dieciocho (18) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los diecisiete (17) días del mes de Julio del año dos mil veinticinco.


 Prof. Zaida Kassar
 C.I. 9.175.011
 JURADO


 Prof. Lisbett Cabrera
 C.I. 13.461.549
 TUTOR


 Prof. Maria Andreina Perdomo
 C.I. 14.982.273
 PRESIDENTE DEL JURADO


 Prof. Héctor Antúnez
 C.I. 9.364.278
 DECANO


 Prof. Walevka Lopez
 C.I. 10.104.896
 VICERRECTORA ACADÉMICA



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Maria Andreina Perdomo, Prof. Zaida Kassar y Prof. Lisbett Cabrera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: CASO GESTIÓN PROFESIONAL DE SALUD**, que presenta el Br. **LA RIVA GARCIA, JESÚS DAVID**, portador de la C.I. No. **29.541.083**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **dieciocho (18) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombay, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los diecisiete (17) días del mes de Julio del año dos mil veinticinco.

Prof. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
JURADO

Prof. Lisbett Cabrera
C.I. 13.461.549
TUTOR

Prof. Maria Andreina Perdomo
C.I. 14.982.273
PRESIDENTE DEL JURADO

Prof. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO

Prof. Walevska Lopez
C.I. 10.104.896
VICERRECTOR
ACADÉMICA



+58 412 2263605



www.uvm.edu.ve



universidadvalledelmombay@uvm.edu.ve

RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación tiene como objetivo general proponer un modelo de gestión de innovación que permita optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S), y como objetivos específicos diagnosticar la situación actual de los procesos de gestión de innovación de las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S), analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S), proponer el diseño de un modelo de gestión de innovación para optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S). El estudio se lleva a cabo mediante un método de investigación de campo no experimental, con una muestra de ciento dieciocho (118) pacientes de un centro de salud. Para la recopilación de datos, se empleó como técnica la encuesta y un cuestionario como herramienta; además, su validación fue aprobada por especialistas, utilizando como criterio de fiabilidad el Alfa de Cronbach, que se encuentra en la escala de los buenos. Dentro del mismo marco se formularon las conclusiones, proporcionando el resultado.

Palabras claves: Gestión de la innovación, innovación, modelo de innovación.

ABSTRACT

The following research paper has the general objective of proposing an innovation management model to optimize online medical appointments at Gestión Profesional de Salud (G.P.S). The specific objectives are to diagnose the current status of innovation management processes for online medical appointments at Gestión Profesional de Salud (G.P.S). It also analyzes the level of optimization of innovation management processes for online medical appointments at Gestión Profesional de Salud (G.P.S). It proposes the design of an innovation management model to optimize online medical appointments at Gestión Profesional de Salud (G.P.S). The study uses non-experimental field research. The research sample will include 118 patients from the healthcare facility. A survey was used as the data collection technique and a questionnaire as the instrument. Its validation was approved by experts, and Cronbach's alpha was used as the reliability method, which is on the good scale. Conclusions were drawn in the same context, resulting in the results.

Keywords: Innovation management, innovation, innovation model.

INTRODUCCIÓN

El dinamismo implacable del mercado contemporáneo, sumado a la constante evolución de las organizaciones y la proliferación de nuevas vías para la adquisición y difusión de información, ha catalizado una profunda reevaluación estratégica en el tejido empresarial global, en este escenario de cambio perpetuo, la capacidad de innovar ha emergido como un pilar fundamental para la competitividad sostenida y la resiliencia organizacional en todas sus manifestaciones; como bien lo articuló Porter (1990), la ventaja competitiva es una construcción dinámica forjada a través de la implementación sistemática de medidas innovadoras. En consecuencia, uno de los desafíos más apremiantes y complejos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (pymes) radica en su habilidad para abrazar la transformación, internalizar y desplegar nuevos paradigmas a lo largo y ancho de cada sector que conforma su estructura organizativa.

En este contexto de renovación ineludible, resulta vital observar el notable progreso que las pymes han experimentado en el ámbito local, estos avances, producto de un esfuerzo colectivo y una creciente conciencia sobre la importancia de la eficiencia operativa, han impulsado a este fundamental segmento económico hacia un proceso continuo de profesionalización de su gestión. Paralelamente, se ha presenciado una modernización tecnológica que, si bien dispar y heterogénea, ha motivado a muchas de estas empresas a reconsiderar y redefinir su estrategia organizativa, esta reevaluación se ha convertido, en un elemento esencial y catalizador para la innovación, la búsqueda de la excelencia, la optimización de procesos y la adaptación a las demandas del cliente son imperativos estratégicos que demandan una mentalidad proactiva y orientada al futuro.

Lamentablemente, el panorama empresarial venezolano presenta una disparidad significativa, existe un número considerable de empresas, tanto públicas como privadas, que persisten en una actitud de inmovilidad frente a la adopción de herramientas tecnológicas avanzadas, esta resistencia al cambio se manifiesta en la ejecución de productos o servicios mediante métodos no sistematizados, lo que los condena a una eficiencia deficiente y a la incapacidad de responder ágilmente a las demandas del mercado. Este dilema se hizo palpable y se evidenció de manera contundente en la experiencia de Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), en esta compañía, las operaciones, particularmente el manejo de citas médicas, se llevan a cabo de forma manual.

Este procedimiento arcaico genera retrasos considerables, imponiendo una incomodidad significativa para los pacientes, quienes deben soportar tiempos de espera excesivamente prolongados para recibir atención, esta realidad destaca la urgencia de una transformación profunda; según Lawson y Samson (2001), la capacidad de innovación es una habilidad cultivada y desarrollada que permite transformar de manera constante el conocimiento y las ideas en nuevos productos, procedimientos y sistemas, todo ello en beneficio directo de la empresa y de todos sus grupos de interés. Es la capacidad de trascender lo existente, de imaginar y materializar soluciones que antes no existían, lo que define a una empresa verdaderamente innovadora.

En virtud de esta apremiante necesidad, el propósito cardinal de esta investigación radica en la proposición de un modelo de gestión de innovación, dicho modelo tiene como objetivo primordial optimizar drásticamente la gestión de citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.). La investigación actual se estructura en seis (6) capítulos, un capítulo I despliega una contextualización del problema, se esgrimen con solidez los motivos intrínsecos y extrínsecos que dieron origen al estudio, delineando la justificación fundamental de

su pertinencia y urgencia, asimismo, se establecen con precisión los objetivos claros y mensurables que servirán de brújula a lo largo de toda la investigación, así como su delimitación específica, que acota el alcance del estudio, y su justificación e importancia, resaltando el valor añadido que aportará a la academia y al sector empresarial.

Continuando, con el capítulo II, se exponen de manera exhaustiva los antecedentes del estudio, presentando una revisión crítica de la literatura existente y de investigaciones previas que se relacionan con la temática, posteriormente, se detallan con minuciosidad las bases teóricas que sustentan el modelo propuesto, proporcionando el andamiaje conceptual necesario para su comprensión, este capítulo también aborda la operacionalización de las variables, traduciendo los conceptos abstractos en términos medibles y observables. El capítulo III sumerge en la articulación del marco metodológico, en este apartado se establece con claridad el tipo de investigación y su diseño, se expone con precisión la población y muestra del estudio, detallando los criterios de selección y las técnicas de muestreo empleadas, se asegura la validez y fiabilidad de estos instrumentos, garantizando la credibilidad de los datos obtenidos.

El capítulo IV se centra en el análisis e interpretación de los hallazgos de la investigación, aquí se desglosan los datos obtenidos, llevándose a cabo un análisis pormenorizado e interpretación rigurosa de los resultados, estos hallazgos son luego contrastados críticamente con las propuestas teóricas y los antecedentes presentados en capítulos anteriores, permitiendo establecer conexiones, confirmar hipótesis o identificar nuevas perspectivas. De manera complementaria, el capítulo V plasma las conclusiones y recomendaciones del estudio, para finalizar con el capítulo VI, introduciendo el diseño detallado de la propuesta del modelo de gestión de innovación; se culmina con la inclusión de las referencias, que dan soporte a todo el

contenido, y los anexos respectivos, que proporcionan información complementaria y detallada que respalda el desarrollo del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Contextualización del Problema

El escenario empresarial contemporáneo se define por una fluidez y un cambio incesantes que afectan la dinámica del mercado, la configuración interna de las estructuras organizacionales y las metodologías para la adquisición y difusión de información, este torbellino de transformaciones ha instado a las empresas a internalizar la capacidad de innovar como una de las piedras angulares para la consecución de la competitividad y la sostenibilidad en todas sus manifestaciones. La premisa fundamental, como bien lo estableció Porter (1990), es que las compañías pueden forjar una ventaja competitiva distintiva mediante la implementación estratégica de medidas de innovación.

Esto implica que la creatividad aplicada a productos, la optimización de procesos o la redefinición de estrategias asegura retornos económicos superiores y una posición de liderazgo duradera, la innovación es una necesidad existencial en la economía globalizada actual; sin embargo, a pesar de los esfuerzos iniciales y la creciente conciencia sobre la importancia de la innovación, las organizaciones enfrentan un desafío considerable para catalizar un aumento significativo en su competitividad. Este reto se magnifica particularmente en el universo de las pequeñas y medianas empresas (pymes), donde, con frecuencia, aún prevalece una perspectiva de corto plazo que dificulta la inversión en procesos innovadores a largo plazo, en este contexto, Villalobos (2006) ha destacado que la innovación es reconocida como uno de los motores esenciales del progreso en las naciones desarrolladas.

La innovación implica la trascendencia de fronteras establecidas, la capacidad de anticipar las demandas cambiantes de los mercados y el descubrimiento proactivo de nuevos productos, procesos y servicios de calidad, todo ello mientras se busca la optimización de costos, para Loof (2000) enfatiza que es imperativo que la innovación se arraigue como un elemento central en la misión estratégica de la empresa, y que este compromiso se extienda a todos los estratos de la organización. Este compromiso transversal con la innovación contribuye a la génesis de una auténtica cultura innovadora en cualquier tipo de organización, trascendiendo las barreras jerárquicas, no obstante, el mismo autor, también señala una limitación persistente, la capacidad de innovación del equipo directivo y gerencial tiende a ser más acotada en comparación con el potencial innovador distribuido en toda la organización.

Esta observación resalta la importancia crítica de involucrar activamente a todos los niveles para potenciar la innovación de manera efectiva, ignorar el conocimiento tácito y las ideas que emanan de la base operativa sería desaprovechar un recurso invaluable; a menudo, las innovaciones que se conciben en ciertas fases no logran capturar la complejidad inherente a la organización en su totalidad, traduciéndose en una representación incompleta de la realidad operativa de la entidad. Además, uno de los aspectos más críticos es que estas innovaciones, particularmente en sectores específicos, suelen encontrarse con desafíos sustanciales durante su implementación, dichos obstáculos pueden manifestarse como problemas serios o, en el peor de los casos, una resistencia total por parte del resto de la organización.

En el ámbito sanitario, la innovación adquiere una relevancia capital para elevar la calidad del servicio, perfeccionar los procedimientos existentes y adaptarse a un entorno que muta continuamente con una rapidez vertiginosa, no obstante, un gran número de compañías dedicadas a la administración profesional de salud se enfrentan a retos considerables al intentar establecer

un modelo eficaz de gestión de innovación, la singularidad del sector, con sus regulaciones estrictas y la primacía de la seguridad del paciente, añade capas de complejidad a la adopción de nuevas prácticas. Para Etzkowitz (2008), destaca la interacción entre universidad, industria y gobierno, un modelo que, aplicado al sector salud, resalta la necesidad de colaboración para superar estos desafíos, la interacción entre la universidad, la industria y el gobierno puede generar un entorno fértil para la innovación, transformando el conocimiento en beneficios socioeconómicos tangibles.

El avance acelerado de las tecnologías sanitarias, sumado a la multiplicidad de necesidades y las elevadas expectativas de los usuarios, que a menudo contrastan con la escasez de recursos disponibles, exige el desarrollo y la alineación estratégica de las capacidades institucionales y la administración eficiente de los recursos para poder satisfacer estas demandas, mediante la utilización eficaz de estos recursos limitados, se puede asegurar la viabilidad a largo plazo del sistema de salud, lo que se traduce en resultados clínicos más beneficiosos para los pacientes y, por ende, en la generación de valor para todos los grupos de interés de la organización. Para Christensen et al (2009), argumentan que la innovación disruptiva en la atención médica hace que la atención sea más accesible y de mayor calidad para un segmento más amplio de la población, empoderando a los pacientes.

A pesar del incremento global en la necesidad imperiosa de innovación en el sector sanitario, el contexto latinoamericano, y más específicamente el venezolano, presenta particularidades que acentúan los desafíos, en esta región, la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), especializada en la gestión de servicios de salud, enfrenta dificultades notorias para desarrollar e implementar un modelo de administración de innovación que sea eficaz y se adecúe a la captación y fidelización de clientes. Atribuido a factores como la inestabilidad económica, la

escasez de inversión en I+D, la resistencia al cambio cultural y la falta de marcos regulatorios que incentiven la innovación, para Chesbrough (2003), sostiene las organizaciones que adoptan la innovación abierta pueden acceder a un abanico más amplio de ideas y tecnologías, superando las limitaciones de sus propios recursos internos y acelerando el proceso de desarrollo de nuevos productos y servicios

Centrados en el ámbito regional, específicamente en Valera, Trujillo, Venezuela, la organización Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), se erige como una entidad dedicada a la provisión de servicios de salud de excelente calidad y accesibilidad para sus miembros, ubicada estratégicamente en el Centro Cultural Las Acacias, esta organización opera actualmente con servicios plenamente habilitados, manteniendo colaboraciones con diversas empresas de aseguramiento para ofrecer una extensa cobertura a sus afiliados. Sin embargo, el hecho de estar inmersa en un sector que, por naturaleza, se encuentra en un estado de crisis y constante evolución (caracterizado por la volatilidad económica, la escasez de insumos, las fluctuaciones regulatorias y las cambiantes necesidades de los pacientes) ha forzado a la institución a una adaptación ininterrumpida y a la mayor celeridad posible.

Esta presión constante destaca la relevancia intrínseca del concepto de innovación como un mecanismo de supervivencia y prosperidad, por lo tanto, este trabajo de investigación se configura como un estudio práctico y aplicado centrado en la compañía Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), teniendo como fin sugerir un modelo de administración de innovación diseñado específicamente para que sus consultas médicas en línea reciban una gestión innovadora apropiada. Este modelo aspirará a fortalecer su posición competitiva en el mercado regional, la innovación, en este contexto, es la llave para la sostenibilidad y el crecimiento en un entorno

desafiante, según Tidd y Bessant (2014), expresan la innovación es un proceso gestionado que requiere una clara estrategia, liderazgo y la capacidad de aprender y adaptarse continuamente.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo desarrollar un modelo de gestión de innovación para la pequeña y mediana empresa que permita optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud?

1.2.2 Problemas Específicos

¿Cuál es el diagnóstico de la situación actual de los procesos de citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud?

¿Cómo analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud?

¿Qué diseño de modelo de gestión de innovación se puede desarrollar para optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Proponer un modelo de gestión de innovación que permita optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S).

1.3.2 Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual de los procesos de gestión de innovación de las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S).

Analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S).

Proponer el diseño de un modelo de gestión de innovación para optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S).

1.4 Justificación de la Investigación

Hoy, la globalización exige una interconexión empresarial y personal más profunda, donde la transmisión de datos y la gestión de información se aceleran constantemente, un margen de tiempo cada vez menor puede definir si una empresa lidera el mercado con un producto innovador o queda rezagada, por ello, la innovación es esencial para la sostenibilidad, competitividad y perdurabilidad de una entidad, que ya ha invertido recursos significativos en su implementación. La innovación impulsa la competitividad al permitir una gestión proactiva y eficiente de los desafíos en el actual entorno empresarial globalizado, así, la innovación puede transformar la prestación de servicios para beneficio del cliente, garantizando una calidad superior y mayor eficiencia para mejorar continuamente los servicios y la competitividad.

En Gestión Profesional de Salud (G.P.S.) enfrenta un reto fundamental, la ineficiente gestión de citas, es decir, la expansión de sus servicios ha generado sobrecargas, largos tiempos de espera y falta de optimización en la programación, necesita un sistema optimizado de gestión de citas y flujos de trabajo que reduzca los tiempos de espera y optimice las citas en línea, unificando datos de pacientes, citas y registros médicos. Esta investigación se justifica por cuatro razones, fundamentándose en como señalan Hernández et al (2014), la justificación de una investigación consiste en exponer las razones del 'para qué' y 'por qué' del estudio, demostrando su conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica.

1.4.1 Justificación Teórica

Desde una perspectiva teórica, esta investigación profundizará en las dinámicas de la gestión de salud, buscando desentrañar los elementos clave que determinan la eficiencia y calidad de los servicios, se explorarán nuevas visiones sobre el liderazgo, la toma de decisiones y la administración de recursos en el sector, con el fin de desarrollar un marco teórico innovador. Este marco reflejará los cambios en las políticas sanitarias, las tecnologías emergentes y las crecientes demandas sociales, proporcionando una base sólida para futuros estudios.

1.4.2 Justificación Metodológica

Desde una perspectiva metodológica, este estudio permitirá el análisis y diagnóstico para la elaboración de un modelo de gestión de innovación que promueva la mejora de los procesos administrativos a través de la implementación de técnicas de investigación. Asimismo, contribuirá a otras investigaciones vinculadas con la gestión de la innovación, se explorará el uso de herramientas de análisis de datos para identificar patrones y tendencias en la gestión de la salud, adicionalmente, se llevarán a cabo encuestas y entrevistas semiestructuradas para recopilar información sobre las percepciones y experiencias de los especialistas en salud.

1.4.3 Justificación Práctica

La relevancia práctica de esta investigación radica en su capacidad para ofrecer una solución tangible y operativa a un problema crítico que afecta directamente la calidad del servicio en Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), con la propuesta de un modelo de gestión de innovación centrado en la optimización de citas en línea, este estudio busca reducir los largos tiempos de espera y eliminar las sobrecargas de trabajo que actualmente impactan negativamente la experiencia del paciente y la eficiencia operativa. La implementación de un sistema unificado para datos de pacientes y citas permitirá mejorar tareas repetitivas y aumentar significativamente la

eficiencia operativa de la clínica, esta propuesta se traducirá en una mejor experiencia para el paciente y en un fortalecimiento de la competitividad de G.P.S. en el exigente sector de la salud.

1.4.4 Justificación Social

Desde una perspectiva social, esta investigación en la empresa de administración profesional de salud cobra una importancia capital, su enfoque principal reside en comprender a fondo y abordar eficazmente las necesidades y los desafíos de la población en relación con los servicios sanitarios. El objetivo es generar conocimiento que impulse la mejora sustancial de la equidad, el acceso, la calidad y la pertinencia de la atención médica, contribuyendo directamente al bienestar colectivo y al progreso social, al optimizar la gestión de la salud, se busca impactar positivamente la calidad de vida de los ciudadanos, asegurando que reciban servicios más eficientes y accesibles, lo cual es fundamental para una comunidad saludable y productiva.

1.5 Alcances y Limitaciones

1.5.1 Alcances

Esta investigación se llevará a cabo utilizando un modelo de administración de innovación para pequeñas y medianas empresas (PYMES), particularmente en el ámbito de la salud de la compañía Gestión Profesional de Salud Ávila (GPS Ávila), situada en el piso 10, Centro Comercial Las Acacias, Av. Bolívar, entre las calles 18 y 19, Valera, Trujillo. Este análisis se realizará durante un periodo de estudio de febrero a julio 2025, en el área de servicios al usuario en la empresa anteriormente mencionada, utilizando la eficiencia en la administración de recursos humanos y la aplicación de herramientas de tecnología de la información.

Este estudio se propone profundizar en la conceptualización y desarrollo de un modelo de gestión de innovación diseñado específicamente para pymes del sector salud, su alcance abarca la exploración de las dinámicas actuales de la gestión de citas en la empresa G.P.S., identificando

ineficiencias y oportunidades de mejora. La investigación buscará establecer un marco teórico-práctico que permita optimizar los procesos de atención al paciente mediante la implementación de tecnología y prácticas innovadoras, se espera que los hallazgos contribuyan a la mejora de la eficiencia operativa, la reducción de tiempos de espera y, en última instancia, el fortalecimiento de la competitividad de la organización en el contexto sanitario venezolano, sentando bases para futuras iniciativas de digitalización en el ámbito de la salud.

1.5.2 Limitaciones

Si bien este estudio se embarca en una exploración crucial, enfrenta ciertas limitaciones inherentes que merecen ser destacadas, la primera es la singularidad del caso de estudio: al centrarse en G.P.S. en Valera, los resultados, aunque valiosos, podrían no ser directamente generalizables a todas las pymes de salud en Venezuela o la región, dada la heterogeneidad de sus contextos operativos y culturales. En segundo lugar, la disponibilidad y el acceso a datos internos precisos de la empresa podrían influir en la profundidad del análisis, ya que la reticencia o la falta de registros digitalizados podrían limitar la exhaustividad de la información, finalmente, el dinamismo del entorno económico y político venezolano representa un desafío constante, ya que las condiciones cambiantes podrían impactar la viabilidad de implementar las recomendaciones propuestas, a pesar de su solidez teórica y práctica.

1.6 Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable

Relación con el desarrollo humano sostenible: La administración profesional de la salud es un motor esencial del desarrollo humano sostenible, un sistema sanitario eficaz y accesible permite una participación plena en la sociedad y la economía. Al impulsar iniciativas que combatan las desigualdades en el acceso a la atención, promuevan la prevención y cultiven estilos de vida saludables, se fortalece la resiliencia social, además, una gestión sostenible de recursos en el sector,

mediante el uso eficiente de energía y la reducción de residuos, es vital para minimizar el impacto ambiental y asegurar la salud planetaria para futuras generaciones.

Aporte a los objetivos institucionales: En línea con su misión de formar profesionales competentes y comprometidos con el progreso social, la UVM puede potenciar este objetivo a través de proyectos en gestión de salud, estos brindan a los estudiantes experiencias prácticas invaluable en la planificación, implementación y evaluación de programas sanitarios. Más allá del aula, tales iniciativas fortalecen el vínculo de la UVM con la comunidad, extendiendo servicios de salud y programas de prevención a colectivos vulnerables, consolidando así el rol de la universidad como agente de cambio social.

Contribución a las líneas de investigación: La gestión profesional de la salud es un terreno fértil para la investigación en áreas clave como la epidemiología, la salud pública, la administración de servicios de salud y la tecnología médica. La UVM puede catalizar la investigación en estos campos estableciendo grupos de estudio, con seminarios y congresos, y promoviendo la divulgación de trabajos científicos; resulta fundamental que los programas educativos prioricen la salud preventiva sobre la meramente correctiva, impulsando un enfoque proactivo que anticipe desafíos y genere soluciones innovadoras para el bienestar colectivo.

Impacto en la Comunidad Universitaria: La administración de salud busca impactar directamente a la comunidad educativa, proporcionando servicios de prevención y curación, así como programas de fomento de la salud, estas iniciativas son clave para construir un ambiente universitario saludable, promoviendo la actividad física, una dieta equilibrada y el bienestar mental. Al integrar la salud como un componente central de la vida universitaria, se cultiva una cultura de bienestar que beneficia a estudiantes, docentes y personal administrativo, sentando las bases para hábitos saludables que perdurarán más allá del campus.

Vinculación con Valores Institucionales: La gestión profesional de la salud se alinea intrínsecamente con los valores institucionales de la UVM, como la responsabilidad social, la ética, la excelencia y el compromiso con la sociedad. La universidad puede fomentar estos pilares formando especialistas en salud que se erijan como líderes en sus comunidades, dedicados a mejorar la salud y el bienestar de los ciudadanos, a través de esta formación, la UVM forja agentes de cambio que encarnan sus principios, generando un impacto positivo y duradero en la sociedad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Según Méndez (2001), el marco teórico trasciende la recopilación bibliográfica para convertirse en la arquitectura conceptual que sustenta cualquier labor investigativa. Es la descripción profunda y articulada de los constructos, paradigmas y postulados teóricos que han sido formulados por otros pensadores y expertos en el campo, estos elementos preexistentes iluminan el sendero del proceso de conocimiento, otorgando validez y coherencia a las indagaciones.

Es la infraestructura intelectual que permite al investigador posicionar su estudio dentro de un diálogo académico más amplio, identificar las brechas de conocimiento existentes, y establecer un lenguaje común para interpretar sus hallazgos, facilita la conceptualización de las variables, la selección de los métodos más pertinentes para abordar el problema de investigación. En suma, este andamiaje conceptual otorga la solidez epistemológica indispensable para que el trabajo investigativo sea una contribución significativa y coherente al acervo del saber humano, es decir, es la brújula teórica que guía al investigador a través de la complejidad de su objeto de estudio, permitiéndole navegar con rigor y profundidad.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Las referencias a la investigación, comúnmente conocidas como antecedentes, constituyen un pilar fundamental en cualquier estudio, son esencialmente, un compendio de trabajos previos que, de algún modo, se entrelazan con la investigación actual, estos estudios realizados simplifican la comprensión de datos cruciales directamente relacionados con las variables y el objeto de estudio. Son la base sobre la cual se construye el nuevo conocimiento, permitiendo al investigador

identificar vacíos, tendencias y metodologías probadas; a continuación, se presenta un conjunto de estos estudios, cuidadosamente ordenados cronológicamente, cuya magnitud y contenido los erigen como contextos de pertinencia innegable para el desarrollo de la presente investigación, según Hernández et al (2014), son todos aquellos trabajos de investigación que preceden al actual, es decir, que fueron realizados antes y que se relacionan con el problema de investigación.

El primer estudio, Márquez (2022), en su estudio titulado “Estrategias para la gestión de la Innovación Tecnológica Durante el Proceso de Vinculación de las Universidades Públicas del Departamento del Atlántico con el sector productivo”, el propósito de la investigación es establecer directrices estratégicas para la gestión de la innovación tecnológica en universidades públicas del Atlántico, se focalizó en entidades de LUZ vinculadas al sector productivo. La investigación seleccionó una muestra representativa de estas instituciones, utilizando un cuestionario original diseñado por su autora para la recolección de datos. La fiabilidad y validez del instrumento fueron rigurosamente confirmadas mediante evaluación de expertos y la aplicación de la fórmula de Spearman-Brown.

El análisis estadístico, basado en distribuciones de frecuencias, porcentajes y sumatorias, reveló una desconexión palpable entre la academia y el sector productivo. Como resultado, se definieron directrices estratégicas clave para el mejoramiento de las universidades públicas. Para la investigación, este antecedente es esencial, pues amplía las bases teóricas y conceptuales, además de servir como referente invaluable para la construcción y validación del instrumento de medición.

Asimismo, Parra (2021), presentó su tesis doctoral titulada “Administración de la Innovación en las Escuelas de Técnica Industrial”, cuyo fin era delinear directrices estratégicas para la gestión de la innovación tecnológica en las universidades públicas del departamento del

Atlántico, se centró meticulosamente en aquellas entidades que mantienen lazos con el sector productivo, específicamente las de LUZ. La metodología de la investigación implicó la selección de una muestra cuidadosamente representativa de estas instituciones, para la recolección de datos, se empleó un cuestionario original, confeccionado por la propia autora, cuya fiabilidad y validez fueron rigurosamente corroboradas a través de la evaluación de expertos y la aplicación de la robusta fórmula de Spearman-Brown.

El análisis estadístico de los hallazgos, basado en distribuciones de frecuencias, porcentajes y sumatorias, reveló una preocupante y palpable desconexión entre el ámbito académico y el sector productivo. Como resultado directo de este análisis, se lograron definir directrices estratégicas de vital importancia. Para la investigación en curso, este antecedente se erige como fundamental, enriqueciendo y expandiendo las bases teóricas y conceptuales, se convierte en un referente inestimable para el diseño, la construcción y la validación del instrumento de medición, asegurando así la robustez metodológica del trabajo.

Adicionalmente, Nava (2021) llevó a cabo una investigación denominada “Gestión de la innovación en las Universidades del Municipio Lagunillas en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín”, el propósito principal de esta fue examinar la administración de la innovación en los centros educativos situados en el Municipio Lagunillas. El estudio se llevó a cabo de forma descriptiva y en terreno, utilizando un diseño no experimental de naturaleza transaccional, el grupo de observación se compuso de tres grupos, contando con los directores y coordinadores de las universidades del Municipio Lagunillas, quienes se incorporaron a cuarenta y tres (43) a través de una muestra de censo.

De acuerdo con los hallazgos, se demostró que en la dimensión de funciones básicas se registró el máximo nivel de cumplimiento, en particular en los indicadores de evaluación y

enriquecimiento; en contraposición, en la dimensión de herramientas se notó que en ninguna de las universidades analizadas se realizan auditorías tecnológicas; y en relación con la dimensión de barreras, tanto la colaboración interna como externa son las más eficaces para superar las sequías del saber y el capital humano.

Por último, Rodríguez y Contreras (2021) realizaron su investigación titulada “Gestión de la Innovación en las Alcaldías de los Municipios de la Zona Metropolitana del Estado Táchira”, se enfocó en generar una propuesta de estímulo para la gestión de la innovación en las alcaldías de la zona metropolitana. Bajo un paradigma cualitativo y un diseño descriptivo de campo, la investigación empleó un cuestionario tipo encuesta con escala Likert, aplicado a diecisiete (17) directivos municipales, para el análisis de datos, se utilizaron tanto la estadística descriptiva, mediante el análisis porcentual, como la estadística inferencial para establecer vínculos entre las alcaldías y las dimensiones de la innovación, permitiendo comparaciones entre sus administraciones.

Los hallazgos de dicho estudio culminaron en la formulación de una propuesta de estímulo que impulsó el crecimiento sistemático del emprendimiento innovador. Esta progresión es de gran relevancia para la investigación, ya que permite examinar estas propuestas de emprendimiento innovador y su potencial adaptación para ser incluidas en el contexto de la organización en Táchira. La contribución fundamental de este antecedente al estudio actual se materializa en el diseño del instrumento de investigación y en la solidez de los elementos conceptuales que cimentan la variable principal.

2.2 Bases Teóricas

Las bases teóricas constituyen el andamiaje conceptual y epistemológico sobre el cual se edifica toda investigación, son un conjunto interconectado de conceptos, principios, teorías y

modelos que actúan como la lente a través de la cual se observa, analiza e interpreta la realidad objeto de estudio, según Tamayo (2003), las bases teóricas representan el soporte principal del estudio que sirve de guía, de manera que la investigación tome un rumbo definido y sistemático; comprende los elementos conceptuales y teóricos del tema de estudio. Este armazón ilumina las posibles relaciones entre sus componentes, permitiendo al investigador describir, explicar y, en ocasiones, predecir el comportamiento de las variables, siendo en esencia, el conocimiento acumulado que fundamenta y da sentido a la búsqueda de nuevas verdades.

2.2.1 Innovación

Según Escorsa (1997), la innovación es un proceso dinámico que se gesta desde una idea, una creación, una invención o la detección de una necesidad, su culminación se materializa en el desarrollo de un producto, técnica o servicio que logra ser aceptado en el ámbito comercial. Esta perspectiva enfatiza que la innovación se enraíza en el análisis constante de una necesidad, ya sea individual, grupal u organizacional, con el propósito fundamental de alcanzar un beneficio económico; implica, por tanto, que la innovación produce conceptos susceptibles de ser mercantilizados en un mercado específico, hay que comercializar con éxito.

Para que la innovación florezca, es indispensable poseer una comprensión precisa de la necesidad que se busca satisfacer. No todas las propuestas innovadoras logran consolidarse, lo que destaca la importancia vital de emplear todas las herramientas disponibles para asegurar su efectividad, en este sentido, Gary (2008) sostiene que la innovación emerge principalmente al integrar conocimientos científicos derivados de actividades de investigación y desarrollo (I+D). Cuando estos saberes científicos se aplican con éxito, desencadenan avances tecnológicos que, a su vez, actúan como catalizadores de la innovación, es decir, la innovación trasciende la ingeniería

pura; involucra activamente la generación de nuevos conocimientos y tecnologías que impulsan el progreso y el crecimiento empresarial.

Esta interrelación entre invención e innovación fue magistralmente expuesta por Schumpeter (1983), quien conceptualizó la innovación radical para describir la irrupción de algo completamente nuevo que transforma el panorama existente. En este marco, el surgimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) representa un claro ejemplo de innovación drástica, seguida de un progreso continuo, el impacto se extiende a prácticamente todas las actividades económicas, dado que sus ventajas económicas directas se fundamentan en la mejora exponencial de la calidad, rapidez, capacidad de producción, almacenamiento y propagación de la información.

Estas tecnologías son excepcionales porque reestructuran las compañías e influyen directamente en el empleo, la productividad y las habilidades fundamentales requeridas en el mercado laboral, resultan en esencia, fuerzas transformadoras que redefinen la forma en que las organizaciones operan y compiten. En la empresa G.P.S. al estar ubicada en el sector salud, es primordial, que su enfoque se base en la innovación como premisa principal, permitiendo una mayor eficiencia en sus procesos.

2.2.2 Gestión de la Innovación

La gestión de la innovación es, según Ivancevich (1997), es una estrategia fundamental para la supervivencia y el crecimiento en el volátil panorama del mercado actual, Su objetivo principal radica en establecer nuevos horizontes, explorar y conquistar mercados inexplorados, y forjar nuevas trincheras desde las cuales competir eficazmente. Esta disciplina es fundamental para expandir o transformar las posiciones competitivas de una organización, la innovación, en su núcleo, integra una serie de fases y herramientas, donde la creatividad se erige como el motor

esencial para concebir ideas verdaderamente novedosas y productivas, esto se vincula intrínsecamente con la creación de un entorno organizacional que fomente el conocimiento, o con la gestión activa de dicho conocimiento.

Cada entidad puede verse como un conjunto dinámico de acciones deliberadas, profundamente comprometidas con un proceso de transformación cuyo fin último es generar resultados tangibles y significativos en su esfera de actividad, en esta línea, Duncan y Weiss (1979) sostienen que la eficacia de una organización, concebida como un sistema integrado, depende críticamente de la elección acertada de sus estrategias a largo plazo, de la selección óptima de sus procesos de transformación y de la coordinación precisa de estas operaciones. Asimismo, Cuervo (1999) subraya que el conocimiento y los saberes cultivados internamente en una organización son de vital importancia, ya que posibilitan una coordinación superior de sus activos y habilidades.

Esta sinergia es lo que permite a la organización alcanzar sus objetivos y metas competitivas, el conocimiento es considerado la fuerza más poderosa para el progreso y la evolución organizacional, siendo un componente clave para el éxito y el crecimiento sostenido. Por ende, en el escenario global actual, donde la mejora de la calidad de vida y la competitividad son imperativos, la gestión de la innovación está íntimamente ligada a estos factores; abarca elementos fundamentales, desde políticas de ciencia y tecnología a nivel empresarial, nacional o regional, hasta ser el factor determinante de la posición de las compañías en un mercado global, cambiante y altamente competitivo.

Para Betz (1997) explica que la complejidad de la gestión de la innovación se origina en la constante interacción de diversos sistemas que provocan modificaciones continuas en el proceso innovador. Para abordar esta complejidad y gestionar la innovación con eficacia, es fundamental aplicar métodos específicos; entre ellos, destacan el estudio organizativo y de sistemas, que

implica analizar la estructura interna de la organización y la interacción de sus componentes para una comprensión integral del proceso, otro método fundamental es la organización y proyección tecnológica, que consiste en planificar y anticipar las tendencias tecnológicas para alinearse con futuras oportunidades, así la gestión de proyectos es vital para planificar, ejecutar y controlar actividades de innovación eficientemente, y el marketing se encarga de identificar necesidades del mercado y comunicar innovaciones.

Estos métodos ayudan a gestionar la complejidad inherente a la innovación, permitiendo a las organizaciones adaptarse y aprovechar oportunidades en un entorno cambiante, la administración de la innovación exige comprender cómo se lleva a cabo este proceso en las compañías. Para Klines (1985) redefinió este enfoque, proponiendo cinco etapas fundamentales donde todas las unidades organizativas participan simultáneamente, con el objetivo común de reducir el tiempo de ejecución de la innovación. En el mismo orden de ideas, Maidique y Hayes (1997) señalan la dificultad de establecer vínculos causa-efecto estables en organizaciones debido a la dinámica tecnológica.

Finalmente, Pavón e Hidalgo (1997) definen la gestión de la innovación tecnológica como el proceso de organizar y dirigir recursos (humanos, técnicos, financieros) para promover nuevos conocimientos, desarrollar ideas para productos, procesos y servicios novedosos o mejorados. Este proceso se aplica en todas las fases de producción y comercialización para potenciar la innovación y la competitividad, para Morin (1985) complementa esta visión al destacar que una gestión innovadora eficaz requiere enfocarse en funciones clave para asegurar su éxito y sostenibilidad: inventario de ideas, supervisión del desarrollo, protección de la propiedad intelectual, evaluación del impacto, enriquecimiento mediante retroalimentación y optimización continua de procesos.

Por último, Markides (1997) aboga por integrar la cultura de innovación en la operativa diaria, proponiendo un proceso que incluye, reorganizar la compañía, redefinir al cliente y sus necesidades, redefinir la oferta de productos/servicios, reestructurar el enfoque usando habilidades fundamentales para anticipar clientes futuros, y comenzar el proceso cognitivo en distintos momentos a lo largo del tiempo. En G.P.S., es momento de involucrarse en forma total en la gestión de la innovación debido al rubro que se encuentra, permitiendo crear elementos diferenciadores con sus competidores.

2.2.3 Elementos de la Gestión de Innovación

Según Blayse y Manley (2004), una táctica de innovación efectiva debe integrar una serie de elementos interconectados. Primero, es fundamental identificar el valor que el cliente percibe en el proceso, asegurando que la innovación resuene con sus necesidades; segundo, se requiere establecer lazos sólidos con los proveedores, reconociéndolos como socios estratégicos, tercero, la integración de las diversas fases y participantes del proceso es fundamental para la cohesión. cuarto, se debe mejorar continuamente los flujos de información, garantizando la transparencia y la rapidez, y, quinto, es vital compartir el conocimiento adquirido de un proyecto a otro, promoviendo el aprendizaje organizacional.

Finalmente, deben estimularse reglas basadas en resultados y no prescriptivas, fomentando la flexibilidad y la autonomía, en este contexto, los sistemas de gestión de la innovación deben armonizar cuatro áreas administrativas esenciales: la calidad, la tecnología, el conocimiento y el aprendizaje organizacional, por tanto, la Fundación Cotec (2007) complementa esta visión al identificar cinco componentes fundamentales en la administración de la innovación, que son pilares para su éxito. En G.P.S. se debe tener presente todos los elementos relacionados con la

gestión de la innovación a mencionar, para así aumentar su imagen corporativa ante la percepción de los clientes.

2.2.3.1 Vigilancia del Entorno. Es la antena estratégica que toda empresa innovadora debe mantener activa, como enfatiza Markides (1997), integrar una cultura de innovación en el núcleo operativo de una organización es fundamental, este componente implica un monitoreo incesante del ecosistema externo e interno, escudriñando el horizonte para detectar tendencias emergentes, oportunidades latentes y amenazas inminentes. Es anticipar la marea antes de que llegue a la orilla, permitiendo a la organización adaptar su estrategia innovadora proactivamente y no reactivamente, asegurando su relevancia y competitividad en un mercado en constante metamorfosis, en tal sentido, en G.P.S. se debe estar en constante vigilancia del entorno, actuando de manera proactiva en todo momento.

2.2.3.2 Focalización. La focalización representa el corazón estratégico de la innovación, demandando una definición cristalina del propósito que se persigue, sin un objetivo nítido, cualquier esfuerzo innovador corre el riesgo de caer en el desperdicio de recursos, tiempo e ideas valiosas, diluyendo su impacto potencial; es la estrategia interna de la organización la que debe establecer con precisión la meta y el alcance de la innovación, como argumenta Markides (1997), la innovación, por sí misma, no es suficiente; su verdadero valor y validez radican en su alineación inquebrantable con la estrategia general de la empresa.

Esta coherencia es fundamental para generar beneficios competitivos duraderos y asegurar que cada iniciativa innovadora contribuya directamente al posicionamiento y éxito sostenido de la organización en el mercado, resultando la brújula que guía cada paso innovador. En G.P.S. es importante, focalizarse en la innovación, como una herramienta indispensable en todos los

procesos que se llevan a cabo en el día a día, permitiendo que la empresa de salud, alcance un nivel de competitividad alto en la región trujillana.

2.2.3.3 Capacitación. Una vez que la dirección y los objetivos de la innovación están definidos con claridad, se vuelve imperativo invertir estratégicamente en la capacitación, implica la adquisición de las competencias, habilidades y recursos de equipo necesarios para nutrir el proceso innovador. El objetivo es generar o integrar nuevo conocimiento, el cual, al fusionarse con la experiencia y el saber ya presentes en la organización, constituirá el verdadero núcleo de la innovación.

Para lograrlo, las empresas disponen de tres vías esenciales para obtener este conocimiento vital, fomentarlo internamente a través de la investigación y el desarrollo propio; adquirirlo de fuentes externas; o mediante el establecimiento de convenios de colaboración con otras empresas, instituciones de investigación y universidades, complementado por Markides (1997), esta capacidad de aprendizaje y adquisición de conocimiento es fundamental para redefinir constantemente las capacidades de la compañía y su oferta, asegurando una adaptación proactiva a las cambiantes demandas del mercado. En G.P.S., es importante pensar primeramente en la innovación como herramienta, para luego, invertir en la capacitación de los trabajadores en ese aspecto tan fundamental en las empresas actuales.

2.2.3.4 Implantación. La fase de implantación es el punto esencial donde una idea transformadora se materializa en un producto revolucionario, una estructura organizativa renovada o un servicio innovador, no es suficiente con concebir la propuesta; es imperativo llevarla a la práctica. Esta etapa comprende un conjunto de decisiones estratégicas y acciones concretas destinadas a transformar la visión en una realidad operativa, posteriormente, es igualmente vital comunicar el valor intrínseco que esta innovación genera para el cliente.

Para Markides (1997) resalta la importancia de esta fase al enfatizar que las compañías deben reestructurar su enfoque, utilizando sus habilidades fundamentales para mejorar todo el negocio, esto implica que la implantación debe ser un proceso activo y consciente que vincule la innovación directamente con el valor para el cliente y la mejora continua del negocio. En G.P.S., se debe planificar de forma estructurada, es decir, se deben hacer reuniones para pensar en la herramienta de la innovación como un aspecto fundamental, y lograr la implementación del mismo.

2.2.3.5 Aprendizaje. La fase de aprendizaje se erige como el fruto esencial de todo el proceso innovador, aquí, los individuos asimilan profundamente el proceso de innovación en sí mismo. Es imperativo un análisis constante de lo que se hace y las decisiones que se toman, ya que cada innovación es una fuente invaluable de nuevo conocimiento, por lo tanto, la capacidad de extraer lecciones de ese saber producido es vital, pues permite reiniciar el ciclo de innovación y generar aún más conocimiento, impulsando un crecimiento continuo.

Para cimentar esto, resulta fundamental establecer una cultura de innovación y aprendizaje que tolere los errores y donde, como destaca Markides (1997), los colaboradores se sientan empoderados para aportar libremente sus ideas y conocimientos, redefiniendo constantemente lo que la empresa puede ofrecer y cómo lo hace. En tal sentido, en G.P.S., se debe comenzar a fomentar la innovación como concepto anticipando a sus trabajadores a un posible cambio, con énfasis en la innovación en los procesos desarrollados dentro de la empresa.

2.2.4 Tipos de Innovación

Se ha observado que la innovación abarca un espectro considerable, desde hitos tecnológicos como la fibra óptica hasta ajustes sutiles en la presentación de un producto, Es evidente que no todas las innovaciones poseen el mismo grado de relevancia e impacto

transformador. Numerosos autores se han dedicado a clasificar estas diversas manifestaciones de la innovación, de manera inicial y comprensible, se pueden agrupar en dos grandes categorías: innovaciones de producto y de proceso.

Por otro lado, Escorsa (1997) señalan que las innovaciones de proceso implican la implementación de nuevos métodos de producción o la modificación sustancial de los ya existentes a través de la aplicación de tecnologías avanzadas. Estas últimas se distinguen por ser avances fundamentales o radicales, ya sea en términos de progreso tecnológico o de una mejora significativa en las metodologías productivas, dentro de este espectro, las innovaciones esenciales son aquellas que abren nuevos mercados, expanden regiones o crean nuevas áreas comerciales, representan usos novedosos de una tecnología o combinaciones únicas de tecnologías preexistentes que dan lugar a productos o procesos completamente originales.

Finalmente, la innovación organizacional se refiere a la introducción de cambios en los procesos de administración y organización del negocio, la reestructuración de la gestión de la producción, la implementación de nuevas estructuras organizativas o la puesta en marcha de directrices estratégicas significativamente modificadas. La innovación en el sector comercial, en cambio, implica la implementación de tácticas para la venta de productos singulares, nuevas estrategias de distribución o modificaciones en el empaque.

2.2.4.1 Innovación en Función del Grado de Novedad. Según Escorsa (1997), quien postula que la innovación es el proceso mediante el cual una idea se transforma en un producto o servicio ventajoso aceptado en el mercado, la innovación, en función de su grado de novedad, no se limita a una única manifestación, más bien, se despliega en un espectro que va desde lo revolucionario hasta lo incremental. No toda innovación irrumpe con la misma fuerza o reconfigura el panorama de manera idéntica.

Esta clasificación distingue entre aquellas que abren territorios completamente inéditos, transformando radicalmente el mercado y la forma de hacer las cosas (como la fibra óptica en su momento), y aquellas que, sin ser menos importantes, se enfocan en perfeccionar lo ya existente, optimizando procesos o características de productos sin alterar su esencia fundamental, es decir, la novedad puede ser un salto cuántico o una mejora progresiva, cada una con su propio impacto y valor en la trayectoria evolutiva de una organización y su entorno competitivo. En G.P.S. en solo establecer a la innovación como su herramienta fundamental que puede impactar de manera positiva en la percepción de los clientes.

2.2.4.2 Innovación en Función de su Naturaleza. Para Escorsa (1997), cuya perspectiva central sobre la innovación se enfoca en el proceso transformador que lleva una idea, invención o necesidad identificada a convertirse en un producto, técnica o servicio ventajoso y exitosamente adoptado en el mercado comercial, la naturaleza de la innovación trasciende la invención, se trata de la capacidad de generar valor percibido y aceptación práctica. En este sentido, la innovación, por su naturaleza, implica una acción deliberada y estratégica que culmina en algo que resuelve una necesidad de manera superior o crea una nueva, es la materialización de un concepto en una forma funcional y atractiva para el usuario final.

Ya sea que se traduzca en un bien físico tangible, un procedimiento optimizado o un servicio disruptivo, su esencia reside en el impacto que genera en el entorno comercial y en la vida de los usuarios, la transformación efectiva y la viabilidad en el mercado son los distintivos de su verdadera naturaleza, resulta el puente entre la concepción abstracta y la realidad operativa que genera un beneficio. El solo tomar una decisión en G.P.S. en función de la innovación, es un hecho importante, luego, se centraría en que área se aplicaría inicialmente, para luego incrementar progresivamente y abarcar todas las áreas de la empresa.

2.2.5 Factores que Influyen en la Gestión de Innovación

Según Escorsa (1997), la innovación es un proceso integral y dinámico que se inicia con la identificación de una necesidad, la concepción de una idea, una creación o una invención. Este camino culmina con la elaboración y la exitosa aceptación en el entorno comercial de un producto, una técnica o un servicio que aporta ventajas significativas, se trata de la capacidad de transformar esa novedad en valor real y percibido por el mercado, Este proceso, en su esencia, implica la generación de algo nuevo o previamente desconocido, Sin embargo, esta novedad es el resultado de un estudio y análisis constantes de las necesidades, ya sean estas de índole personal, colectiva u organizativa.

El propósito final de esta búsqueda es siempre el logro de metas económicas y la obtención de beneficios tangibles, la innovación es el puente que conecta ideas o descubrimientos con soluciones prácticas y competitivas en el mercado, As la habilidad de convertir el ingenio en una propuesta comercialmente viable. Esto significa que la innovación genera ideas que poseen un claro potencial de venta en un mercado específico, una innovación se considera verdaderamente lograda si ha sido introducida exitosamente en el mercado como un producto revolucionario, o si ha sido utilizada e implementada en el proceso de producción como una técnica innovadora.

Por lo tanto, la innovación, en su amplitud, abarca una vasta gama de acciones que pueden ser de carácter científico, tecnológico, organizativo, financiero o comercial, entre otros, entro de estas múltiples facetas, la investigación y desarrollo (I+D) emerge como una tarea esencial, esta no solo puede llevarse a cabo en las fases iniciales del proceso para generar conceptos creativos, es indispensable a lo largo de todo el ciclo de innovación para solucionar cualquier problema que pueda presentarse, hasta su completa culminación. La innovación engloba tanto el avance tecnológico como el cambio social dentro de una organización, se refiere a un desarrollo

interactivo, donde la compañía inicialmente impulsa la tecnología en sus etapas embrionarias para luego ser, a su vez, propulsada por la propia tecnología ya implementada.

En este marco, el progreso tecnológico es, sin duda, uno de los componentes esenciales de la competencia en cualquier sector, un motor ineludible de la evolución empresarial, para Castro (2013), indica que la innovación se refiere a una combinación de necesidades sociales y del mercado, utilizando herramientas científicas y tecnológicas para cumplirlas; por consiguiente, incluye actividades de naturaleza científica, tecnológica, productiva, de distribución, financiera y comercial. Se pueden destacar ocho factores que fomentan una innovación.

2.2.5.1 Demanda a la Innovación. La innovación, en todas sus fascinantes variantes y formas, exige intrínsecamente un enfoque renovado del pensamiento, se trata de romper paradigmas, el verdadero innovador posee la habilidad singular de detectar una conexión inédita entre elementos aparentemente dispares, logrando satisfacer así una demanda específica y, a menudo, latente, este discernimiento es fundamental para el éxito. Por lo tanto, un elemento central y catalizador en el proceso de innovación es la identificación precisa de una necesidad insatisfecha, aquella que la tecnología actual simplemente no puede cubrir de manera adecuada, esta necesidad puede presentarse de dos formas: puede ser claramente manifestada por los consumidores o el mercado, o bien, puede permanecer oculta y no expresada, esperando ser descubierta por la perspicacia del innovador.

Como bien señala Paredes (1999), la innovación implica la resolución de un problema o la satisfacción de una necesidad, sea esta explícita o implícita, a través de una solución novedosa y superior. Es en la observación aguda de estas brechas donde reside la oportunidad de crear soluciones verdaderamente disruptivas y valiosas, el reto, entonces, no es solo idear, sino percibir lo que aún no ha sido visto o formulado por la mayoría. En G.P.S. es momento de la demanda a la

innovación, debido a la necesidad o el deseo, ya sea expreso o latente, que impulsa la creación o mejora de productos, servicios, procesos o modelos de negocio dentro de la empresa.

2.2.5.2 Factibilidad Técnico-Económica. La factibilidad técnico-económica representa el análisis esencial que determina la viabilidad y el potencial éxito de una innovación, es el reconocimiento fundamentado de que la creación o el desarrollo de una nueva tecnología conveniente y rentable económicamente. Según Paredes (1999), quien sostiene que la innovación surge de la resolución de una necesidad mediante una solución superior, la factibilidad técnico-económica se convierte en el filtro esencial para que esa solución innovadora pueda realmente despegar.

Implica disponer de datos precisos y actualizados sobre la tecnología en cuestión, complementados con una investigación prospectiva sobre el progreso tecnológico que permita anticipar su evolución. No basta con la brillantez de la idea o la capacidad de construirla; es imprescindible demostrar que la innovación es tecnológicamente realizable con los recursos y conocimientos actuales o futuros, y que, además, su implementación generará un beneficio económico atractivo, justificando la inversión de tiempo, capital y esfuerzo. En G.P.S., al momento de tomar una decisión sobre la innovación, este indicador debe ser un referente, debido a que se trata de una inversión que debe generar beneficios económicos.

2.2.5.3 Generación de Adaptaciones. Según Paredes (1999), quien expresa la innovación surge de la necesidad de resolver problemas con soluciones superiores, la capacidad de una entidad para generar adaptaciones tecnológicas es un pilar fundamental de su resiliencia y éxito. Este concepto se refiere a la presencia de factores internos que amplifican la maleabilidad de una tecnología, permitiendo que esta sea modificada y reimaginada para aplicarse eficazmente en situaciones operativas que difieren significativamente de aquellas para las que fue concebida inicialmente.

Es la reingeniería inteligente de una solución existente para que cumpla una función totalmente nueva o se desenvuelva con éxito en un contexto imprevisto, esta habilidad de flexibilizar el propósito original de una tecnología es fundamental en un entorno empresarial que cambia constantemente. Los factores que fomentan esta adaptabilidad pueden ser la cultura organizacional, la experiencia del equipo, el modularidad del diseño tecnológico o la capacidad de aprendizaje continuo, la generación de adaptaciones es la prueba de la elasticidad y la visión estratégica de una organización para exprimir el máximo valor de sus activos tecnológicos, transformando la rigidez en una ventaja competitiva dinámica, en tal sentido, en G.P.S. ese debe ser la visión de la empresa, al pensar en innovación.

2.2.5.4 Cambios Tecnológicos. Representan la transformación y optimización continua de un proceso productivo o de un producto ya establecido dentro de una organización específica, se trata de una reinención o perfeccionamiento de lo que ya existe, buscando mayor eficiencia, funcionalidad o valor, según Paredes (1999), quien sostiene que la innovación es la resolución de una necesidad mediante una solución novedosa y superior, los cambios tecnológicos son una manifestación clave de esta búsqueda. Estos cambios no son estáticos, y los actores responsables de su generación varían considerablemente en función de la magnitud del cambio tecnológico que se busca.

Es la capacidad de una organización para metabolizar y mejorar sus propias herramientas y métodos, adaptándose y evolucionando constantemente, esta dinámica asegura que las soluciones se mantengan pertinentes y competitivas, impulsando el progreso a través de la revisión y perfeccionamiento constante de sus pilares tecnológicos. En G.P.S, se tiene claro que para competir en su rubro, en la región trujillana debe adaptarse a los cambios tecnológicos actualizados, para así crear elementos diferenciadores.

2.2.5.5 Generación de Optimizaciones. Emerge como un impulsor fundamental de la innovación, estrechamente ligado a la búsqueda incesante de la excelencia y la mejora continua, este proceso se centra en la validación rigurosa de los estudios tecnológicos ya existentes y, simultáneamente, en la elevación constante de la calidad, según Vidal (2004), quien postula que la innovación es el resultado de un proceso de mejora continua y adaptación estratégica, la optimización es la etapa donde el potencial de una solución tecnológica se maximiza. Implica someter las propuestas tecnológicas a un escrutinio exhaustivo, confirmando su funcionalidad, eficiencia y robustez, es un compromiso activo con la perfección, buscando refinar cada aspecto para que el producto o proceso no solo funcione, sino que lo haga de la mejor manera posible.

Esto puede traducirse en una reducción de costos, un aumento de la velocidad, una mejora en la experiencia del usuario o una mayor sostenibilidad, la generación de optimizaciones es la prueba de fuego donde la promesa de la innovación se consolida en una realidad de alta calidad y rendimiento superior, asegurando que el avance tecnológico sea viable, y, excepcional en su ejecución. En G.P.S., se debe pensar en optimizar distintos rubros dentro de la empresa, desde procesos, como servicios, para generar en el cliente una percepción positiva que pueda incrementar la imagen organizacional.

2.2.5.6 Generación de Procesos Gerenciales Productivos. Bajo la óptica de Vidal (2004), se concibe como una forma de innovación estratégica que va más allá de la invención. La innovación es un ciclo de mejora continua y adaptación; por tanto, los procesos gerenciales innovadores son el arte de fusionar oportunidades técnicas emergentes con necesidades específicas y palpables del mercado o del entorno operativo, es la construcción deliberada de un paquete tecnológico integral.

Este paquete está diseñado con un propósito dual, introducir productos o procesos completamente nuevos, o modificar y optimizar significativamente los ya existentes en el sector productivo, la genialidad de este enfoque radica en su visión holística, contempla activamente la esencial fase de comercialización, previendo los mecanismos necesarios para facilitar la adopción y la difusión masiva de dichas innovaciones en el mercado, es decir, la gestión innovadora orquesta su camino desde la idea hasta su exitosa integración y aceptación por parte de los usuarios y consumidores, cerrando el ciclo entre la potencialidad técnica y la rentabilidad comercial. En G.P.S., se tiene el enfoque de procesos gerenciales productivos, pero falta, la herramienta o la visión de la innovación continua en los procesos.

2.2.5.7 Proceso de Globalización según el Manual de Oslo. El proceso de globalización, según la interpretación del Manual de Oslo, se erige como un poderoso catalizador de la innovación, la intensa rivalidad a escala mundial ha impuesto una exigencia ineludible a las empresas, deben embarcarse en la constante creación y desarrollo de nuevos productos y servicios para mantener su relevancia. La globalización, posee la capacidad de remodelar profundamente la estructura industrial de las economías, incentivando la emergencia de nuevas industrias que antes no existían o que operaban de forma marginal, a su vez, fuerza una transformación de su arquitectura institucional, obligando a gobiernos y organizaciones a adaptar sus marcos regulatorios y operativos a un contexto sin fronteras.

Como complementa Vidal (2004), quien concibe la innovación como un proceso de mejora continua y adaptación estratégica, esta presión global es una oportunidad para que las empresas y naciones redefinan sus ventajas competitivas, impulsando la innovación como el motor central de su progreso y adaptación en un ecosistema económico interconectado y en constante evolución, es un ciclo virtuoso donde la interdependencia alimenta la necesidad de inventar y reinventar, en

G.P.S., por ser una empresa, que reside y rinda sus servicios en Venezuela, es un poco más complejo, debido a la situación social y económica del país, por tanto, el solo hecho de pensar en innovación es complicado.

2.2.5.8 Otros Factores. Más allá de la demanda directa, la innovación se nutre de una constelación de factores interconectados que crean un ecosistema propicio para su florecimiento, un ambiente de cooperación robusto, donde empresas, instituciones e individuos colaboren, es esencial, las oportunidades que el contexto ofrece ya sean brechas de mercado, avances tecnológicos o cambios sociales deben ser hábilmente detectadas y aprovechadas. Las acciones gubernamentales, como las delineadas en la resolución económica del V Congreso o iniciativas para la mejora de negocios, actúan como catalizadores al establecer marcos favorables e incentivos, una sólida red de centros de investigación y universidades es fundamental, pues son los semilleros del conocimiento.

Complementa con una elevada capacitación y disposición del capital humano, individuos talentosos y motivados, como destaca Vidal (2004), estos elementos colectivos son el resultado de una estrategia consciente para fomentar la mejora continua y la adaptación que define la verdadera innovación en un entorno dinámico. En G.P.S. se debe tener claro que pensar en innovación en sus proceso o servicios, deben ser estudiados de manera exhaustiva todos los factores que se involucran y que puedan afectar al proceso de innovación.

2.3 Operacionalización de Variables

La operacionalización de variables es el puente esencial que conecta los conceptos abstractos de una investigación con la realidad empírica, según Hernández et al (2014), este proceso consiste en definir cómo se medirán o recolectarán los datos de una variable,

transformando ideas teóricas en indicadores observables y cuantificables. Es traducir lo que se quiere estudiar en algo que se pueda observar y medir, permitiendo que la investigación pase de la teoría a la práctica y garantizando la recolección de información precisa y relevante.

Tabla 1.- Operacionalización de Variables

Objetivo General: Proponer un modelo de gestión de innovación que permita las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS).				
Objetivos Específicos	Variable	Dimensión	Indicadores	Técnicas e Ítems Instrumentos
Diagnosticar la situación actual de los procesos de gestión de innovación de las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS).	Gestión de Innovación	Elementos de la Gestión de Innovación y Tipos de Innovación.	Vigilancia del Entorno.	1, 2
			Focalización.	3,4
Analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS).	Gestión de Innovación	Factores que Influyen en la Gestión de la Innovación	Capacitación.	5,6
			Implantación.	7,8
			Aprendizaje.	9, 10
			Innovación en Función del Grado de Novedad.	11, 12
			Innovación en Función de su Naturaleza.	13, 14
			Demanda a la Innovación.	
			Factibilidad Técnico-Económica.	
			Generación de Adaptación.	
			Cambios Tecnológicos.	15, 16
			Generación de Optimizaciones.	17, 18
			Generación de Procesos Gerenciales Productivos.	19, 20
			Proceso de Globalización Según el Manual de Oslo.	21, 22
Otros Factores.	23, 24			
				25, 26
				27, 28
				29

Fuente: Elaboración Propia.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La fase inicial de exploración y examen profundo del problema, según Franco (2011), es fundamental para desentrañar la complejidad de la cuestión planteada, implica un despliegue de medidas y técnicas específicas, como la observación y la recopilación de datos, que permiten una definición cristalina del método de estudio. Es aquí donde los principios y componentes del problema se aplican con rigor, facilitando una comprensión detallada y sólida que orientará cada paso subsecuente de la investigación, complementariamente, el marco metodológico, tal como lo concibe Arias (2006), abarca las etapas, métodos y procesos sistemáticos empleados para formular, abordar y resolver el problema.

Su esencia radica en la formulación de supuestos que serán puestos a prueba mediante estudios específicos, confirmándose o refutándose; este marco provee la estructura lógica que guía la investigación, asegurando la coherencia de los pasos y la obtención de resultados válidos y confiables, coincidiendo, Balestrini (2001) enfatiza que el objetivo central del marco metodológico es traducir al lenguaje de la investigación los procedimientos e instrumentos a utilizar, abarcando desde el tipo y diseño del estudio, la población y muestra, hasta las técnicas de recolección, medición, codificación, análisis y difusión de datos.

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

Para Arias (2012), el tipo de investigación se refiere a la naturaleza de los resultados que se esperan obtener y el diseño general del estudio. En este sentido, la presente investigación se enmarca en un enfoque cuantitativo, según Tamayo (2003), el enfoque cuantitativo busca la

medición y cuantificación de los fenómenos a través de herramientas estadísticas, permitiendo generalizar resultados y establecer relaciones causales con un alto grado de objetividad.

Complementariamente, este estudio actual se clasifica como de tipo proyectiva, para Arias (2012) define la investigación proyectiva como aquella que, partiendo de un diagnóstico previo de una situación o necesidad, tiene como finalidad el diseño o formulación de una propuesta o modelo que resuelva un problema práctico o satisfaga una necesidad específica.

El diseño de investigación, según Tamayo (2003), es la estrategia general o el plan detallado que el investigador concibe para abordar el problema de estudio y responder a las preguntas planteadas. Es el mapa de ruta que guía la recolección, análisis e interpretación de los datos, asegurando la coherencia y el rigor metodológico, en este estudio, se optó por un diseño de campo no experimental, para Arias (2012) define la investigación de campo no experimental como aquella donde los datos se recopilan directamente de la realidad, en su entorno natural, sin manipular deliberadamente las variables; es decir, se observan los fenómenos tal y como ocurren, para luego analizarlos.

3.2 Población y Muestra

Para Arias (2012), la población es el conjunto total y finito de individuos, objetos o elementos que poseen una característica o atributo común y observable, y que son de interés para una investigación. Es el universo completo al que se desean generalizar los hallazgos de un estudio, es un grupo claramente delimitado por criterios específicos, desde el cual se extraerá la información para obtener conclusiones representativas, el grupo comprende el promedio de pacientes que han sido atendidos en la compañía Gestión Profesional de Salud (G.P.S), desde enero hasta abril del 2025, lo que conlleva un total de 168 pacientes.

Tabla 2.- Usuarios Atendidos Mensualmente por Gestión Profesional de Salud (enero - abril 2025)

Meses	Cantidad
Enero	158
Febrero	172
Marzo	170
Abril	172
Total ((Enero + Febrero + Marzo + Abril) / 4)	168

Nota. La tabla presenta el promedio de los usuarios atendidos por GPS Fuente: Elaboración propia.

La muestra, según Tamayo (2003), es una fracción representativa de la población total, cuidadosamente seleccionada para que sus características reflejen las del conjunto mayor. Es una porción manejable y estratégica de ese universo de estudio, permitiendo al investigador obtener información valiosa sin tener que analizar cada elemento de la población completa; para esta investigación, se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio, para Hurtado (2000) describe este método como un proceso donde cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado para formar parte de la muestra.

Es como dar a cada miembro del universo una oportunidad equitativa y al azar de participar, lo cual, asegura que la muestra sea lo más objetiva y representativa posible, minimizando el sesgo y permitiendo que los hallazgos puedan ser generalizados con confianza al total de la población de interés. En este particular, se debe tomar como referencia distintos elementos, es decir, el nivel de confianza es de noventa y cinco por ciento (95 %), y con un error de muestro del cinco por ciento (5 %).

$$= \frac{(Z_c)^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + (Z_c)^2 * p * q}$$

n = tamaño de la muestra

Z_C = Z crítico (valor buscado en tablas, con 95 % de confianza)

p y q = proporciones complementarias N = tamaño de la población (168)

e = error del muestreo (0,10)

$$= \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 168}{(0,05)^2 * (168 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{161,3472}{1,3779}$$

$$= 117,096451 \approx 118 \text{ usuarios}$$

donde:

N = Población = 168

z = nivel de confianza = 0.95 = 1,96 e = Error de estimación 5% = 0.05 p = probabilidad a

favor = 0.50 n = Tamaño de la muestra = 118 q = probabilidad en contra = 0.50

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección de datos, según Bernal (2010), son los instrumentos y procedimientos específicos que el investigador emplea para obtener la información necesaria de las fuentes primarias y secundarias. Son las herramientas que permiten capturar los datos relevantes para responder a las interrogantes de la investigación, en este estudio, se tomó la encuesta como técnica principal, el cual, es un método sistemático que permite conocer opiniones, actitudes, características o hechos específicos de una población o muestra, convirtiendo las respuestas en datos analizables, para Bernal (2010) describe la encuesta como una técnica diseñada para recopilar información de un grupo de individuos mediante la formulación de una serie de preguntas estandarizadas.

En esta investigación, se empleó el método de la encuesta el cuestionario como instrumento, con la finalidad de recopilar información crucial de los usuarios para comprender la decisión respecto al servicio de cita médica en línea que ofrece el centro de salud, Bernal (2010) sostiene que el cuestionario se fundamenta en asignarle un conjunto de ítems a una población. Por lo tanto, el instrumento condensa toda la investigación previa, condensa las aportaciones del marco teórico al seleccionar datos que coincidan con los indicadores y, por consiguiente, con las variables o conceptos utilizados; no obstante, también muestra todo lo que tiene de específicamente empírico nuestro tema de estudio, pues condensa, a través de las técnicas de recolección que emplea, el diseño concreto escogido para el trabajo.

Para mantener la homogeneidad del instrumento, está formado por ítems, cada uno organizado en números de uno (último indicador del segundo objetivo), todo los demás de dos (2), por cada indicador, se enfocan en los indicadores a examinar para cada variable y dimensión específica, se desarrollaron utilizando una escala Likert que ofrecía cinco (5) opciones de respuesta disponibles. Este se realizó en un formato tipo escala, conformada por un número determinado de 29 ítems con las alternativas: Siempre (5), Casi Siempre (4), Algunas Veces (3), Casi Nunca (2) y Nunca (1) (Ver Anexo 1).

3.4 Validez y Confiabilidad

Respecto a la validez, hay diversos procesos que deben ajustarse al tipo de estudio que se está llevando a cabo y, principalmente, al tiempo asignado para la recopilación y examen de los datos, para Hernández et al (2014) argumentan que la legitimidad de un instrumento de medición debe basarse en evidencias que lo relacionen con el nivel de significado reconocido en el contexto

en el que fue creado. Los mismos autores afirman que la validez se refiere al grado en el que un instrumento puede evaluar efectivamente la variable que se busca medir o examinar.

Este criterio de validez se lleva a cabo mediante la revisión y evaluación por parte de tres (3) especialistas con profundos conocimientos en el campo de estudio, quienes determinan y examinan la conexión entre los objetivos e indicadores de la investigación desde las perspectivas de congruencia y claridad. Planteando una serie de observaciones, con la intención clara que el instrumento sea el más adecuado al momento de aplicarlo, y contenga todos los aspectos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos (Ver Anexo 2).

Para Tamayo (2003), la confiabilidad de un instrumento de investigación es su capacidad inquebrantable para producir resultados consistentes y estables si se aplica repetidamente bajo las mismas condiciones. Es, la firmeza de la medición, esta cualidad es vital para garantizar que los datos obtenidos sean fiables y no producto del azar o de errores aleatorios; en este estudio se considerará el coeficiente alfa de Cronbach, que exige un uso único del instrumento de medición y genera valores que varían entre 0 y 1, su beneficio radica en que no es imprescindible separar a los componentes del instrumento de medición en dos mitades, simplemente se realiza la medición y se determina el coeficiente. Respecto a la confiabilidad, se refiere al nivel en que su uso reiterado se efectúa a la misma persona o entidad.

$$\text{Alpha de Cronbach} = r_{tt} = \frac{K}{K-1} * \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K V_i^2}{V_t^2} \right]$$

Donde:

r_{tt} = Coeficiente de confiabilidad.

K = número de ítems.

S_i^2 = varianza de los puntajes de cada ítem.

S_t^2 = varianza de los puntajes totales.

3.5 Procedimiento Metodológico

Es un estudio de carácter proyectivo, con un enfoque cuantitativo, con la recolección de la información de forma digital, tomando en consideración un tiempo de estudio entre enero y abril para aplicar el instrumento elaborado por los investigadores, y validado por expertos a los clientes que recibieron un servicio en este período de tiempo. En esta investigación, se optó por conocer la percepción de los clientes, debido a que son la razón de ser de cualquier organización que brinda un servicio, y mucho más, en este rubro, que es la salud, por tal razón, las respuestas permitieron conocer la realidad de la percepción de los clientes con respecto a GPS.

3.6 Técnica de Análisis de Datos

Se empleó el software Excel para tabular la información obtenida de la encuesta, basada en la muestra recolectada, por lo tanto, se obtuvo la información requerida para el análisis del estudio, se utilizaron cuadros de frecuencias absolutas y relativas, empleando criterios de valoración por dimensión e indicador, y de acuerdo con las variables en estudio. Por lo tanto, basándose en el estudio de los datos recogidos a través de instrumentos estadísticos, para Arias (2006), apoya la aplicación citada al señalar que a través de la estadística se gestionan los datos obtenidos para describir, organizar, examinar e interpretar correctamente los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de la recolección de información a través de la técnica de una encuesta, respaldada por un cuestionario que constaba de veintinueve (29) ítems, con respuestas que contenían una diversidad de alternativas, de las cuales el participante eligió la que estimó adecuada. Se procedió a realizar la interpretación y evaluación de cada uno de los elementos, con el objetivo de cumplir con las metas propuestas por los investigadores. En relación a esto, Balestrini (2003) señala que los datos en sí mismos no poseen un significado intrínseco; su valor y utilidad dependen de la manera en que el investigador los analiza y les da sentido mediante un tratamiento analítico adecuado.

Implica que la calidad y profundidad de la interpretación son esenciales para que la información recopilada pueda contribuir de manera efectiva a los objetivos del estudio, además, destaca la importancia de aplicar métodos y técnicas analíticas apropiadas para transformar los datos brutos en conocimientos útiles y relevantes en el contexto de la investigación. Por lo tanto, se realizó una representación a nivel mundial, visual y computacional un análisis porcentual de los resultados obtenidos; para ello, se emplearon tablas de frecuencias y diagramas de barra; y, el método utilizado se basó en el cálculo porcentual de cada elemento.

4.1 Presentación y Análisis de Resultados

En el dinámico universo de la salud digital, donde cada clic y cada conexión abren nuevas puertas a la eficiencia y el bienestar, la innovación resulta el latido constante que impulsa el progreso, en Gestión Profesional de Salud (GPS), entiende que el futuro de las citas médicas en línea reside en la funcionalidad, y, en la capacidad de anticipar necesidades, tejer soluciones

ingeniosas y aprender con cada paso. Este cuestionario es una exploración conjunta para mapear el ADN innovador de nuestros procesos de gestión de citas médicas en línea.

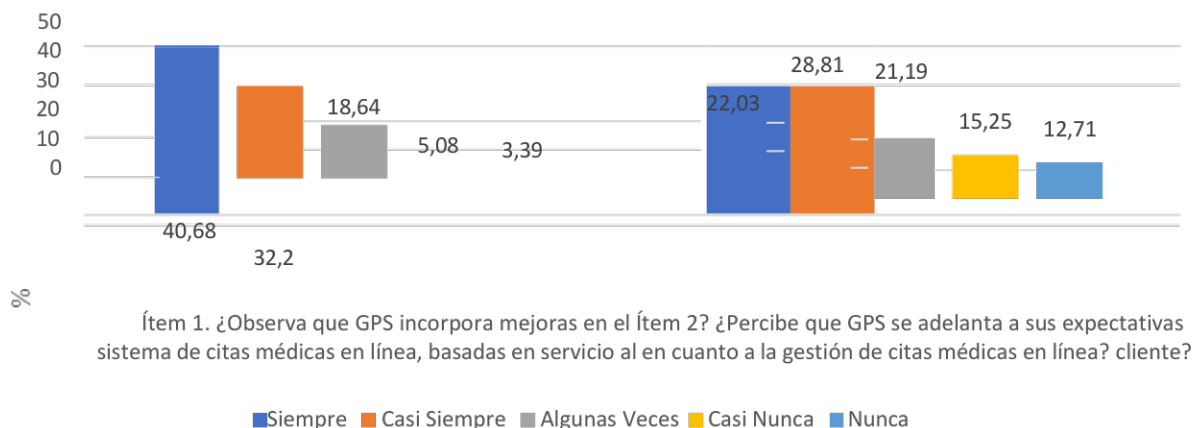
Se quiere entender cómo la vigilancia del entorno se traduce en soluciones visionarias, cómo la focalización se alinea con sus expectativas más profundas, y cómo la capacidad de aprendizaje constante se refleja en un servicio que siempre evoluciona para el usuario o cliente. La perspectiva del usuario es la pieza clave para diagnosticar la situación actual de la gestión de innovación y asegurar que la empresa siga el ritmo, liderando el camino hacia una salud digital más inteligente, intuitiva y conectada.

Tabla 3.- Indicador: Vigilancia del Entorno

Alternativas	Ítem 1. ¿Observa que GPS incorpora mejoras en el sistema de citas médicas en línea, basadas en servicio de citas médicas en línea, al cliente?		Ítem 2. ¿Percibe que GPS se adelanta a sus expectativas en cuanto a la gestión de citas médicas en línea?	
	fi	%	fi	%
Siempre	48	40,68	26	22,03
Casi Siempre	38	32,20	34	28,81
Algunas Veces	22	18,64	25	21,19
Casi Nunca	6	5,08	18	15,25
Nunca	4	3,39	15	12,71
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador vigilancia del entorno. Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.- Indicador: Vigilancia del Entorno



Fuente: Elaboración propia.

El primer indicador estudiado es el de vigilancia del entorno, los resultados se muestran en la tabla 3 y figura 1 con respecto al ítem 1, relacionado con la incorporación de mejoras en el sistema de citas médicas en línea, basadas en servicio al cliente, la alternativa de mayor selección es la de siempre con un cuarenta con sesenta y ocho por ciento (40,68 %), continuando con un treinta y dos con veinte por ciento (32,20 %), culminando con un dieciocho con sesenta y cuatro por ciento (18,64 %), un cinco con cero ocho por ciento (5,08 %) y tres con treinta y nueve por ciento (3,39 %) para las alternativas de algunas veces, casi nunca y nunca de forma respectiva.

En cuanto al ítem 2 referencia con la percepción del cliente sobre si la empresa se adelanta a sus expectativas en cuanto a la gestión de citas médicas en línea, los clientes seleccionaron en un veintiocho con ochenta y uno (28,81 %) la alternativa de casi siempre, luego con un veintidós con cero tres por ciento (22,03 %), un veintiuno con diecinueve por ciento (21,19 %), finalizando con las alternativas de casi nunca y nunca en un quince con veinticinco por ciento (15,25 %) y doce con setenta y uno por ciento (12,71 %).

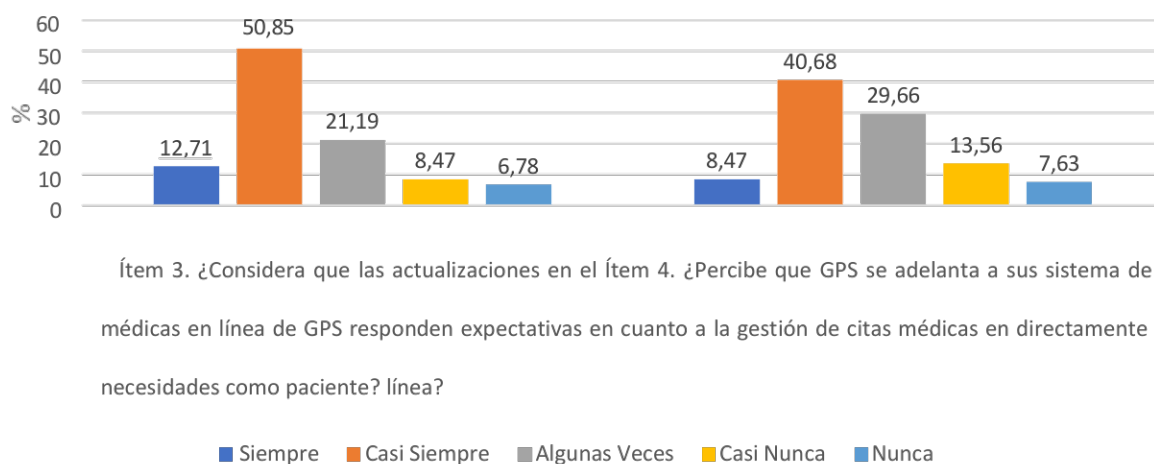
Tabla 4.- Indicador: Focalización

Alternativas	Ítem 3. ¿Considera que las actualizaciones en el sistema de citas médicas en línea de GPS responden directamente a sus necesidades como paciente?		Ítem 4. ¿Percibe que GPS se adelanta a sus expectativas en cuanto a la gestión de citas médicas en línea?	
	fí	%	fí	%
Siempre	15	12,71	10	8,47
Casi Siempre	60	50,85	48	40,68
Algunas Veces	25	21,19	35	29,66
Casi Nunca	10	8,47	16	13,56
Nunca	8	6,78	9	7,63
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador focalización.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2.- Indicador: Focalización



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla y figura anterior se presentan los resultados del indicador de focalización, para el ítem 3, referenciado con las actualizaciones en el sistema de citas médicas en línea de GPS responden directamente a las necesidades del paciente, los encuestados, seleccionaron la

alternativa de casi siempre con un cincuenta con ochenta y cinco por ciento (50,85 %), la alternativa de algunas veces con un veintiuno con diecinueve por ciento (21,19 %), y, las alternativas de siempre, casi nunca y nunca se presentaron en un doce con setenta y uno por ciento (12,71 %), ocho con cuarenta y siete por ciento (8,47 %), por último un seis con setenta y ocho por ciento (6,78 %).

En cuanto al ítem 4, relacionado con la percepción hacia la empresa en cuanto a la gestión de citas médicas en línea se adelanta a sus expectativas, los encuestados consideran en un cuarenta con sesenta y ocho por ciento (40,68 %) la alternativa de casi siempre, como la de mayor selección, continuando con un veintinueve con sesenta y seis por ciento (29,66 %), finalizando con trece con cincuenta y seis por ciento (13,56 %), ocho con cuarenta y siete por ciento (8,47 %) y, siete con sesenta y tres por ciento (7,63 %), las alternativas de casi nunca, siempre y nunca de forma respectiva.

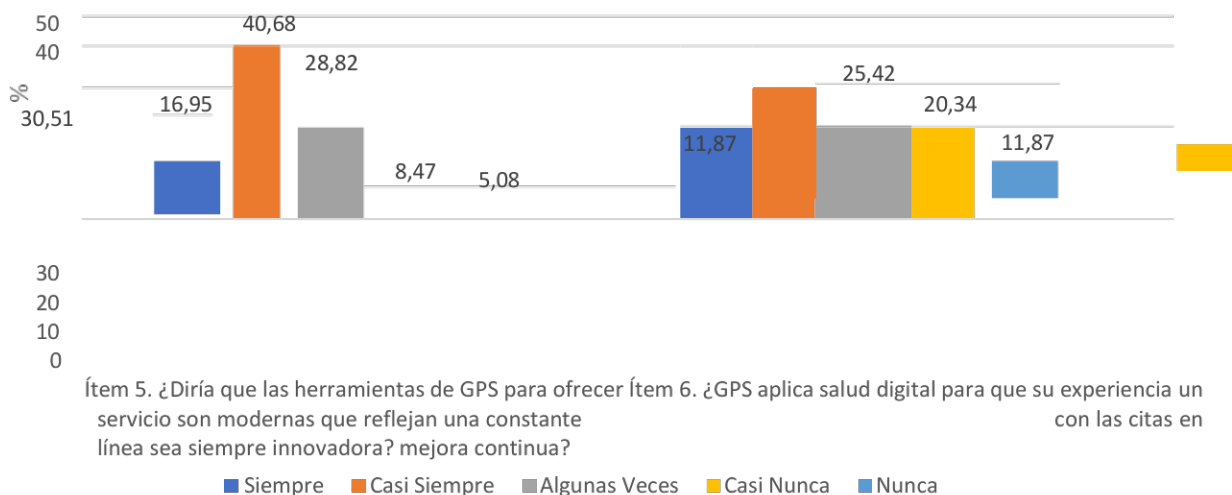
Tabla 5.- Indicador: Capacitación

Alternativas	Ítem 5. ¿Diría que las herramientas de mejora continua?		Ítem 6. ¿GPS aplica salud digital para ofrecer un servicio son que su experiencia con las citas en línea modernas que reflejan una constante sea siempre innovadora?	
	fi	%	fi	%
Siempre	20	16,95	14	11,87
Casi Siempre	48	40,68	36	30,51
Algunas Veces	34	28,82	30	25,42
Casi Nunca	10	8,47	24	20,34
Nunca	6	5,08	14	11,87
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador capacitación.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.- Indicador: Capacitación



Fuente: Elaboración propia.

La capacitación como indicador, presenta sus resultados en la tabla 5 y figura 3, para el ítem 5, relacionado con las herramientas para ofrecer un servicio por parte de la empresa son modernas reflejando una mejora continua, los encuestados seleccionaron en un cuarenta con sesenta y ocho por ciento (40,68 %) la alternativa de casi siempre, continuando con un veintiocho con ochenta y dos por ciento (28,82 %) y dieciséis con noventa y cinco por ciento (16,95 %), las alternativas de algunas veces y siempre, finalizando con un ocho con cuarenta y siete por ciento (8,47 %) y cinco con cero ocho por ciento (5,08 %) las alternativas de casi nunca y nunca.

Para el ítem 6, relacionado con la aplicación de salud digital por parte de la empresa para que la experiencia del cliente con las citas en línea sea siempre innovadora, el treinta con cincuenta y dos por ciento (30,52 %) de los encuestados optó por la alternativa de casi siempre, seguido de un veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %) para la alternativa de algunas veces, luego, un veinte con treinta y cuatro por ciento (20,34 %) la alternativa de casi nunca, y, con un once con ochenta y siete por ciento (11,87 %) la opciones de siempre y nunca.

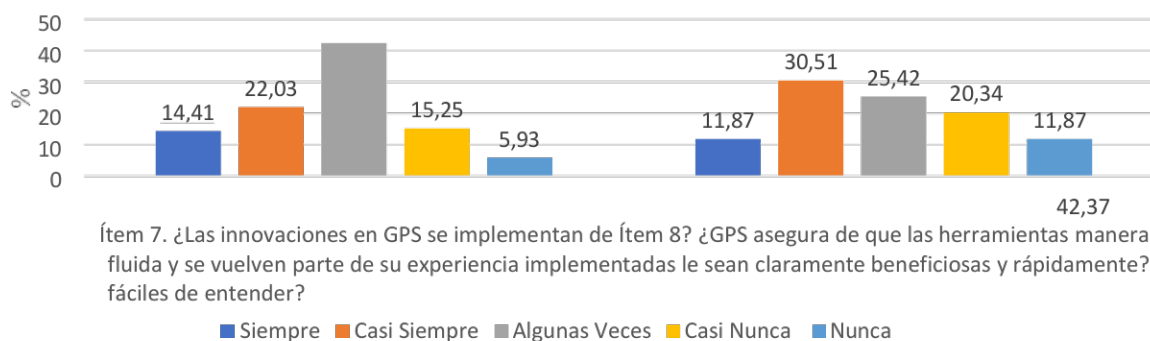
Tabla 6.- Indicador: Implantación

Alternativas	Ítem 7. ¿Las innovaciones en GPS se implementan de manera fluida y se vuelven parte de su experiencia claramente rápidamente?		Ítem 8. ¿GPS asegura de que las herramientas implementadas le sean claramente beneficiosas y fáciles de entender?	
	fí	%	fí	%
Siempre	17	14,41	12	11,87
Casi Siempre	26	22,03	33	30,51
Algunas Veces	50	42,37	54	25,42
Casi Nunca	18	15,25	14	20,34
Nunca	7	5,93	5	11,87
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador implantación. Fuente:

Elaboración propia.

Figura 4.- Indicador: Implantación



Fuente: Elaboración propia.

Para el indicador implantación, los resultados son presentados en la tabla y figura anterior, en la misma, se observa para el ítem 7, que la alternativa de algunas veces fue la de mayor selección con un cuarenta y dos con treinta y siete por ciento (42,37 %), luego la selección por parte de los encuestados fue de un veintidós con cero tres por ciento (22,03 %) y quince con veinticinco por ciento (15,25 %) para las alternativas de casi siempre y casi nunca, cerrando con un catorce con

cuarenta y uno por ciento (14,41 %) y cinco con noventa y tres por ciento (5,93 %) para las alternativas de siempre y nunca.

En el caso del ítem 8, relacionada con el aseguramiento de las herramientas implementadas por parte de la empresa le son claramente beneficios y fáciles de entender al cliente, los encuestados seleccionaron en un treinta con cincuenta y uno por ciento (30,51 %) la alternativa de casi siempre, continuando con veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %) y veinte con treinta y cuatro por ciento (20,34 %) las alternativas de algunas veces y casi nunca, finalizando, con igual porcentaje de once con ochenta y siete por ciento (11,87 %) para las alternativas de siempre y nunca.

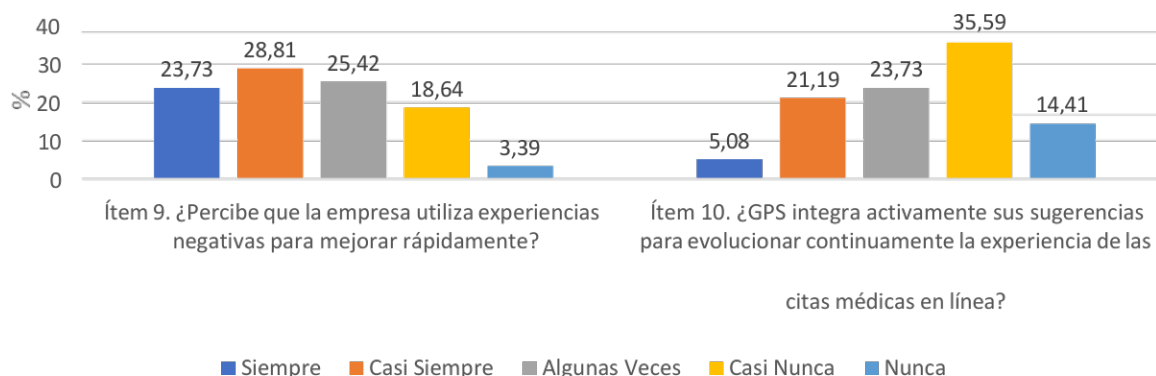
Figura 5.- Indicador: Aprendizaje

Alternativas	Ítem 9. ¿Percibe que la empresa utiliza experiencias negativas para mejorar rápidamente?		Ítem 10. ¿GPS integra activamente sus sugerencias para evolucionar continuamente la experiencia de las citas médicas en línea?	
	fi	%	fi	%
Siempre	28	23,73	6	5,08
Casi Siempre	34	28,81	25	21,19
Algunas Veces	30	25,42	28	23,73
Casi Nunca	22	18,64	42	35,59
Nunca	4	3,39	17	14,41
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador aprendizaje.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.- Indicador: Aprendizaje



Fuente: Elaboración propia.

El indicador aprendizaje, expresa sus resultados en la tabla 7 y figura 5, en el ítem 9, relacionado con la percepción de que la empresa utiliza experiencias negativas para mejora rápidamente, la alternativa de mayor selección es la de casi siempre con un veintiocho con ochenta y uno por ciento (28,81 %), seguido de un veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %) para la alternativa de algunas veces, finalizando, con veintitrés con setenta y tres por ciento (23,73%), dieciocho con sesenta y cuatro por ciento (18,64 %), y, tres con treinta y nueve (3,39 %) para las alternativas de siempre, casi nunca y siempre.

Para el ítem 10, relacionado con la integración activa por parte de la empresa ante las sugerencias para evolucionar continuamente la experiencias de las citas médicas en línea, los encuestados seleccionaron la opción de casi nunca con un treinta y cinco con cincuenta y nueve por ciento (35,59 %), seguido de un veintitrés con setenta y tres por ciento (23,73 %), cerrando con un veintiuno con diecinueve por ciento (21,19 %), un catorce con cuarenta y uno por ciento (14,41 %), y cinco con cero ocho por ciento para las alternativas de casi siempre, nunca y siempre de manera respectiva.

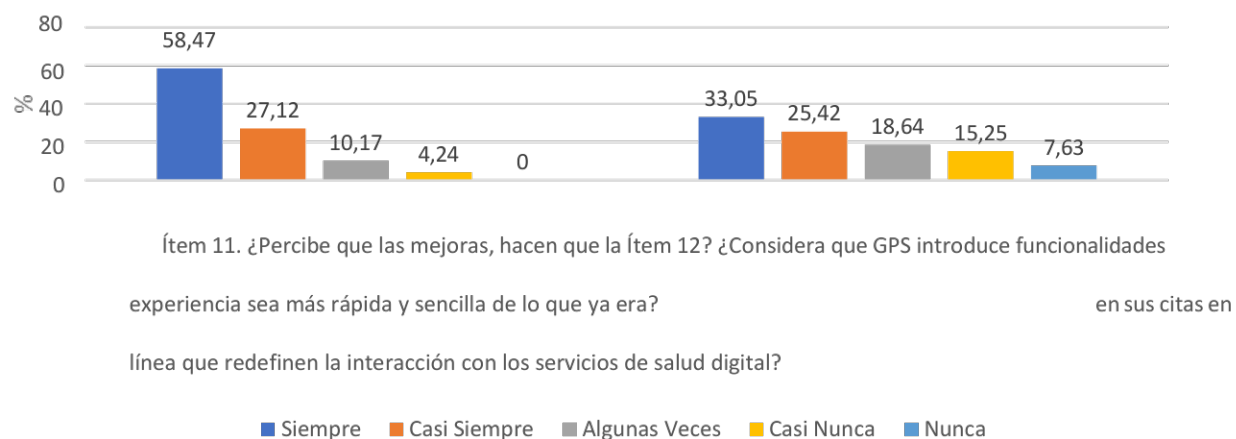
Tabla 7.- Indicador: Innovación en Función del Grado de Novedad

Alternativas	Ítem 11. ¿Percibe que las mejoras, hacen que la experiencia sea más rápida y sencilla de lo que ya era?		Ítem 12. ¿Considera que GPS introduce funcionalidades en sus citas en línea que redefinen la interacción con los servicios de salud digital?	
	fí	%	fí	%
Siempre	69	58,47	39	33,05
Casi Siempre	32	27,12	30	25,42
Algunas Veces	12	10,17	22	18,64
Casi Nunca	5	4,24	18	15,25
Nunca	0	0	9	7,63
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador innovación en función del grado de novedad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7.- Indicador: Innovación en Función del Grado de Novedad



Fuente: Elaboración propia.

Ahora, con respecto a la innovación en función del grado de novedad, los resultados están expresados en la tabla 8 y figura 6, en relación con el ítem 11, referido a la percepción de las mejoras por parte de ellos clientes, hacen que la experiencia sea más rápida y sencilla de lo que ya era, el cincuenta y ocho con cuarenta y siete por ciento (58,47 %) de los encuestados consideraron la alternativa de siempre, mientras, el veintisiete con doce por ciento (27,12 %) para la alternativa

de casi siempre, culminando, con un diez con diecisiete por ciento (10,17 %) y cuatros con veinticuatro por ciento (4,24 %) para las alternativas de algunas veces y casi nunca.

En cuanto al ítem 12, referido a la empresa introduce funcionalidades en sus citas en línea que redefinen la interacción con los servicios de salud digital, el treinta y tres con cinco por ciento (33,05 %) de los encuestados consideraron la alternativa de siempre, continuando de forma respectiva con las alternativas de casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, con porcentajes continuos en forma descendiente de veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %), un dieciocho con sesenta y cuatro por ciento (18,64 %), un quince con veinticinco por ciento (15,25 %), y, un siete con sesenta y tres por ciento (7,63 %).

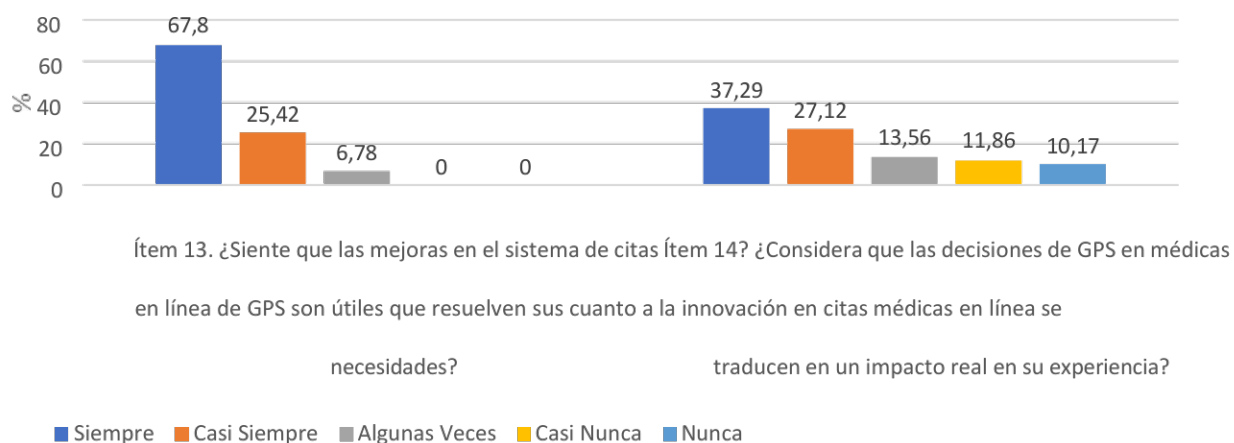
Tabla 8.- Indicador: Innovación en Función de su Naturaleza

Alternativas	Ítem 13. ¿Siente que las mejoras en el sistema de citas médicas en línea de GPS son útiles que resuelven sus necesidades?		Ítem 14. ¿Considera que las decisiones de GPS en cuanto a la innovación en GPS se traducen en un impacto real en su experiencia?	
	fi	%	fi	%
Siempre	80	67,80	44	37,29
Casi Siempre	30	25,42	32	27,12
Algunas Veces	8	6,78	16	13,56
Casi Nunca	0	0	14	11,86
Nunca	0	0	12	10,17
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador innovación en función de su naturaleza.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8.- Indicador: Innovación en Función de su Naturaleza



Fuente: Elaboración propia.

El último indicador estudiado de la primera dimensión, innovación en función de su naturaleza, presenta sus resultados en la tabla 9 y figura 7, para el ítem 13, referido a las mejoras en el sistema de citas médicas en línea de la empresa son útiles al punto de resolver las necesidades de los clientes, se presenta el mayor porcentaje por los momentos con un sesenta y siete con ochenta por ciento (67,80 %) para la alternativa de siempre, continuando con un veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %) la alternativa de casi siempre, cerrando con el restante seis con setenta y ocho por ciento (6,78 %) para la alternativa de algunas veces.

El ítem 12, referido a las decisiones por parte de la empresa en cuanto a la innovación en citas médicas en línea se traducen en un impacto real en la experiencia del cliente, los encuestados seleccionaron la alternativa de siempre con un treinta y siete con veintinueve por ciento (37,29 %), seguido de un veintisiete con doce por ciento (27,12 %), finalizando con trece con cincuenta y seis por ciento (13,56 %), un once con ochenta y seis por ciento (11,86 %), y, diez con diecisiete por ciento (10,17 %) para las alternativas de algunas veces, casi nunca y nunca.

Finalizado el análisis cuantitativo del primer objetivo específico, se procede a dar inicio al segundo objetivo específico analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de

innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS); en el universo de la salud digital, donde cada encuentro entre paciente y sistema es una nota en una compleja sinfonía, la verdadera maestría reside en afinar las melodías a la perfección. No basta con innovar; la clave está en que cada avance, cada nueva función y cada mejora se integre con la fluidez de un movimiento orquestal.

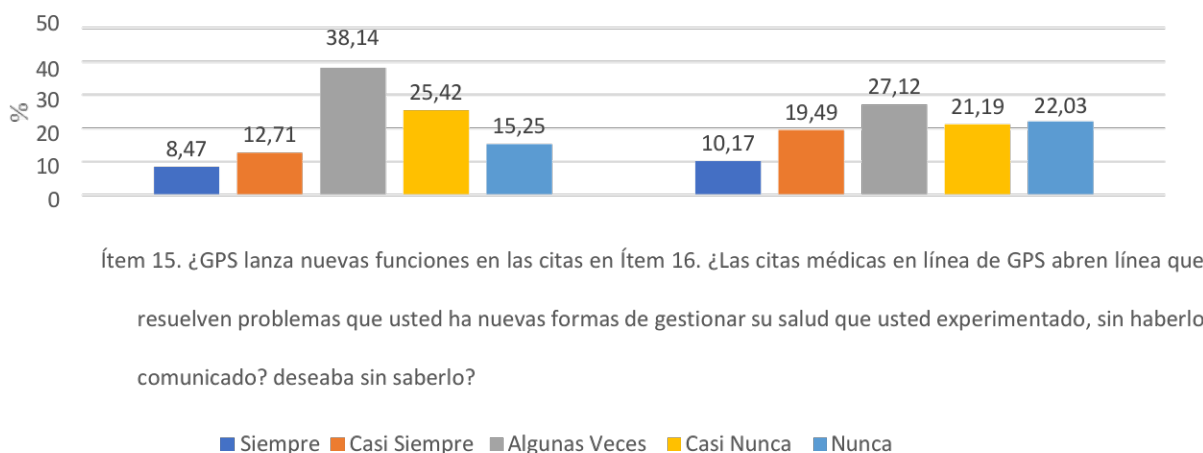
Este cuestionario diseñado para descubrir cómo cada engranaje de la maquinaria de innovación contribuye a una experiencia de cita médica en línea que es funcional, y, óptimamente eficiente y verdaderamente intuitiva para el cliente, se quiere desvelar si los procesos de innovación son como un director de orquesta que guía con precisión cada instrumento, asegurando que el resultado final sea una armonía perfecta. Su percepción permitirá entender si se está introduciendo novedades, pulverizando las fricciones, simplificando lo complejo y elevando la experiencia del cliente a su máximo potencial, por tanto, la voz del cliente es fundamental para afinar cada detalle y garantizar que la innovación en GPS resuene con la excelencia que se merece.

Tabla 9.- Indicador: Demanda a la Innovación

Alternativas	Ítem 15. ¿GPS lanza nuevas funciones en las citas en línea que resuelven problemas que usted ha experimentado, sin haberlo comunicado?		Ítem 16. ¿Las citas médicas en línea abren nuevas formas de gestionar su salud que usted deseaba sin saberlo?	
	fí	%	fí	%
Siempre	10	8,47	12	10,17
Casi Siempre	15	12,71	23	19,49
Algunas Veces	45	38,14	32	27,12
Casi Nunca	30	25,42	25	21,19
Nunca	18	15,25	26	22,03
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador demanda a la innovación. Fuente: Elaboración propia.

Figura 9.- Indicador: Demanda a la Innovación



Fuente: Elaboración propia.

El indicador demanda a la innovación, presenta sus resultados en la tabla 10 y figura 8, para el ítem 15, la empresa lanza nuevas funciones en las citas en línea que resuelven problemas que el cliente ha experimentado, sin haberlo comunicado, la alternativa de algunas veces fue la de mayor selección con un treinta y ocho con catorce por ciento (38,14 %), seguido de un veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %), finalizando con un quince con veinticinco por ciento (15,25 %), un doce con setenta y uno por ciento (12,71 %), y un ocho con cuarenta y siete por ciento (8,47 %), para las alternativas de nunca, casi siempre y siempre.

En referencia al ítem 16, las respuestas por parte de los encuestados referente a las citas médicas en línea por parte de la empresa abren nuevas formas de gestionar la salud de los pacientes, sin los mismos saberlo, con un veintisiete con doce por ciento (27,12 %) para la alternativa de algunas veces es la de mayor porcentaje seleccionada por los encuestados, continuando con un veintidós con cero tres por ciento (22,03 %), un veintiuno con diecinueve por ciento (21,19 %) y un diecinueve con cuarenta y nueve por ciento (19,49 %), para las alternativas

de nunca, casi nunca y casi siempre, para cerrar con un diez con diecisiete por ciento (10,17 %) para la alternativa de siempre.

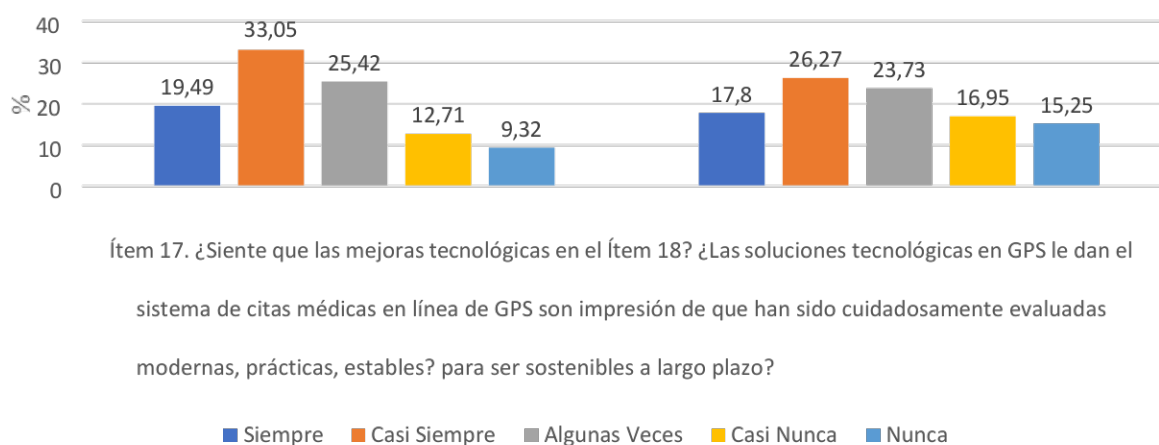
Tabla 10.- Indicador: Factibilidad Técnico-Económica

Alternativas	Ítem 17. ¿Siente que las mejoras tecnológicas en el sistema de citas GPS le dan la impresión de que han sido modernas, cuidadosamente evaluadas para ser prácticas, estables?		Ítem 18. ¿Las soluciones tecnológicas en línea de GPS son modernas, cuidadosamente evaluadas para ser sostenibles a largo plazo?	
	fi	%	fi	%
Siempre	23	19,49	21	17,80
Casi Siempre	39	33,05	31	26,27
Algunas Veces	30	25,42	28	23,73
Casi Nunca	15	12,71	20	16,95
Nunca	11	9,32	18	15,25
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador factibilidad técnico-económica.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10.- Indicador: Factibilidad Técnico-Económica



Ítem 17. ¿Siente que las mejoras tecnológicas en el sistema de citas médicas en línea de GPS son modernas, prácticas, estables? para ser sostenibles a largo plazo?
 Ítem 18. ¿Las soluciones tecnológicas en GPS le dan el sistema de citas médicas en línea de GPS son impresión de que han sido cuidadosamente evaluadas

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 11 y figura 9 expresados los resultados del indicador factibilidad técnico económica, para el ítem 17, relacionado con las mejoras tecnológicas de citas médicas en línea de

GPS son modernas, prácticas, estables, los encuestados seleccionaron en un treinta y tres con cero cinco por ciento (33,05 %) la alternativa de casi siempre, luego, con un veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %) para la alternativa de algunas veces, finalizando con un diecinueve con cuarenta y nueve por ciento (19,49 %), un doce con setenta y uno por ciento (12,71 %) y nueve con treinta y dos por ciento (9,32 %), las alternativas de siempre, casi nunca y nunca de manera respectiva.

Para el ítem 18, que se relaciona con las soluciones tecnológicas en GPS dan la impresión de que han sido cuidadosamente evaluadas para ser sostenibles a largo plazo, los encuestados consideran en un veintiséis con veintisiete por ciento (26,27 %) y un veintitrés con setenta y tres por ciento (23,73 %) las alternativas de casi siempre y algunas veces, el restante porcentaje, se distribuyó en un diecisiete con ochenta por ciento (17,80 %), un dieciséis con noventa y cinco por ciento (16,95 %), y un quince con veinticinco por ciento (15,25 %) para las alternativas de siempre, casi nunca y nunca.

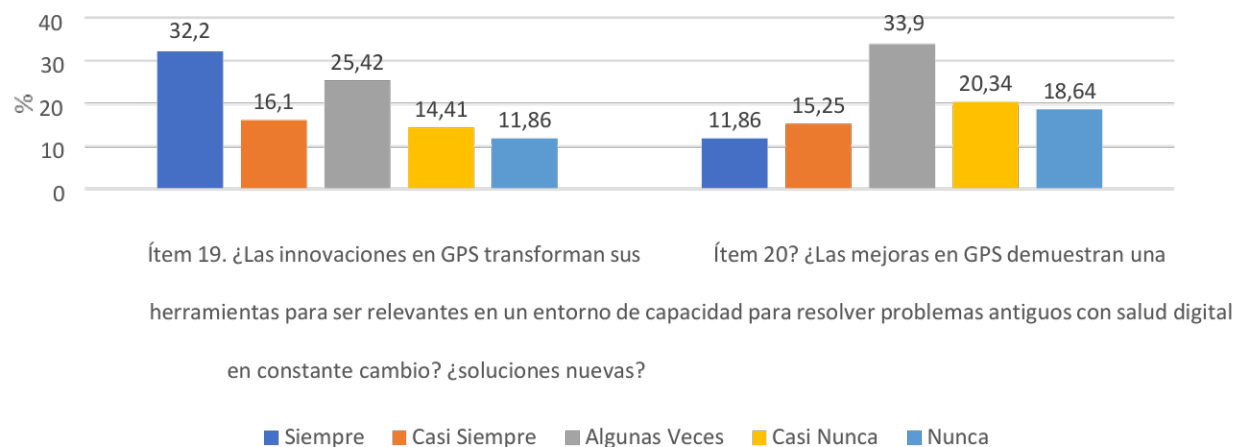
Tabla 11., Indicador: Generación de Adaptaciones

Alternativas	Ítem 19. ¿Las innovaciones transforman herramientas para ser relevantes en un entorno de salud digital en constante fi	en GPS e cambio? sus %	Ítem 20. ¿Las mejoras en GPS demuestran una capacidad para resolver problemas antiguos con soluciones nuevas?	%
	fi		fi	
Siempre	38	32,20	14	11,86
Casi Siempre	19	16,10	18	15,25
Algunas Veces	30	25,42	40	33,90
Casi Nunca	17	14,41	24	20,34
Nunca	14	11,86	22	18,64
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador generación de adaptaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11.- Indicador: Generación de Adaptaciones



Fuente: Elaboración propia.

El indicador generación de adaptaciones presenta sus resultados, en la tabla 12 y figura 10, con respecto al ítem 19, referido a las innovaciones en GPS transforman sus herramientas para ser relevantes en un entorno de salud digital en constante cambio, los encuestados seleccionaron la alternativa de siempre en un treinta y dos con veinte por ciento (32,20 %), continuando con un veinticinco con cuarenta y dos por ciento (25,42 %), finalizando con un dieciséis con diez por ciento (16,10 %), un catorce con cuarenta y uno por ciento (14,41 %) y un once con ochenta y seis por ciento (11,86 %) para las alternativas de casi siempre, casi nunca y nunca de forma respectiva.

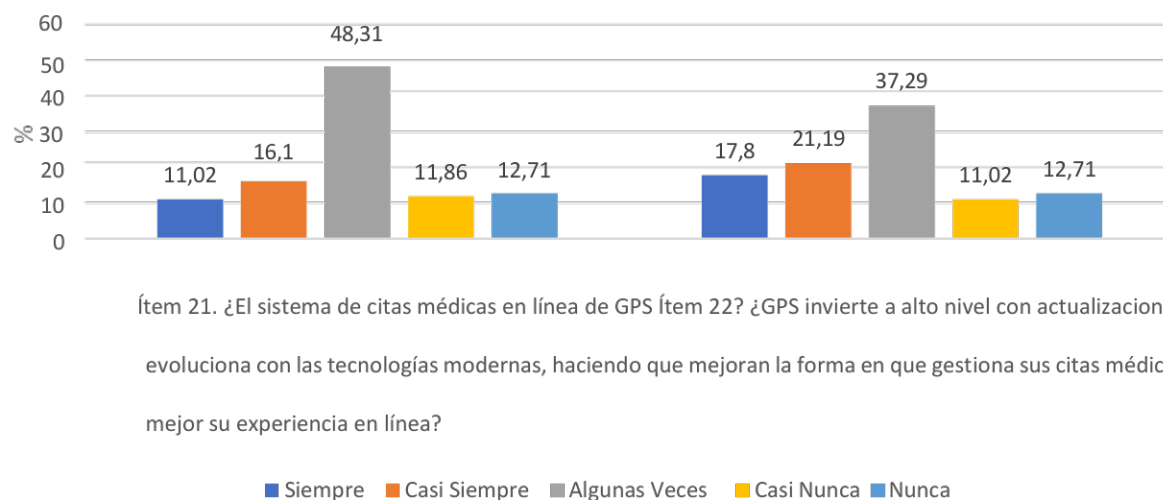
Con respecto al ítem 20, relacionado con las mejoras en GPS demuestran una capacidad para resolver problemas antiguos con soluciones nuevas, el treinta y tres con noventa por ciento (33,90 %) de los encuestados consideraron la opción de algunas veces, continuando con las alternativas de casi nunca y nunca, con un veinte con treinta y cuatro por ciento (20,34 %) y un dieciocho con sesenta y cuatro por ciento (18,64 %), para culminar con un quince con veinticinco por ciento (15,25 %), y un once con ochenta y seis por ciento (11,86 %) para las alternativas de casi nunca y nunca.

Tabla 12.- Indicador: Cambios Tecnológicos

Alternativas	Ítem 21. ¿El sistema de citas médicas en línea de GPS evoluciona con las tecnologías modernas, haciendo mejor su experiencia?		Ítem 22. ¿GPS invierte a alto nivel con actualizaciones que mejoran la forma en que gestiona sus citas médicas en línea?	
	fi	%	fi	%
Siempre	13	11,02	21	17,80
Casi Siempre	19	16,10	25	21,19
Algunas Veces	57	48,31	44	37,29
Casi Nunca	14	11,86	13	11,02
Nunca	15	12,71	15	12,71
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador cambios tecnológicos. Fuente: Elaboración propia.

Figura 12.- Indicador: Cambios Tecnológicos



Ítem 21. ¿El sistema de citas médicas en línea de GPS evoluciona con las tecnologías modernas, haciendo que mejoren la forma en que gestiona sus citas médicas mejor su experiencia en línea?

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 13 y figura exponen los resultados del indicador cambios tecnológicos, en referencia al ítem 21, el sistema de citas médicas en línea de GPS evoluciona con tecnologías modernas, haciendo mejor la experiencia del cliente, los encuestados consideran en un cuarenta y ocho con treinta y uno por ciento (48,31 %) la alternativa de algunas veces, seguido de un dieciséis con diez por ciento (16,10 %) la alternativa de casi siempre, finalizando con un doce con setenta

y uno por ciento (12,71%), un once con ochenta y seis por ciento (11,86 %), y, un once con cero dos por ciento (11,02 %) para las alternativas de nunca, casi nunca y siempre de forma respectiva.

En cuanto, al ítem 22, referenciado en la inversión a alto nivel en GPS con actualizaciones que mejoran la forma en que gestiona sus citas médicas en línea, el treinta y siete con veintinueve por ciento (37,29 %), seguido de un veintiuno con diecinueve por ciento (19,21 %), finalizando con un diecisiete con ochenta por ciento (17,80%), un doce con setenta y uno por ciento (12,71 %), y un once con cero dos por ciento (11,02 %), para las alternativas de siempre, nunca y casi nunca.

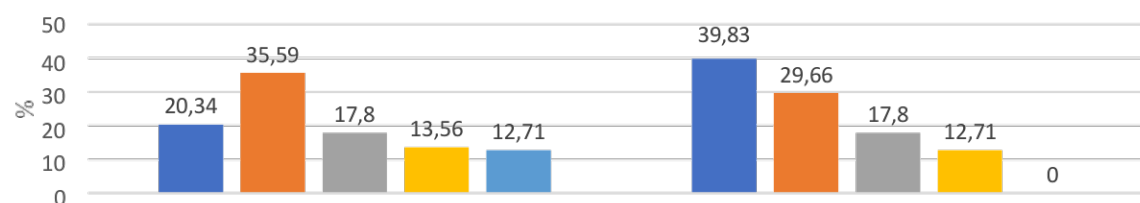
Tabla 13.- Indicador: Generación de Optimizaciones

Alternativas	Ítem 23. ¿GPS introduce nuevas funciones, para que la calidad de la experiencia con las citas en línea sea siempre superior?		Ítem 24. ¿Siente que la empresa realiza ajustes finos que, aunque pequeños, hacen una gran diferencia en la confiabilidad de uso del servicio?	
	fí	%	fí	%
Siempre	24	20,34	47	39,83
Casi Siempre	42	35,59	35	29,66
Algunas Veces	21	17,80	21	17,80
Casi Nunca	16	13,56	15	12,71
Nunca	15	12,71	0	0
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador generación de optimizaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13.- Indicador: Generación de Optimizaciones



Ítem 23. ¿GPS introduce nuevas funciones, para que la experiencia con las citas en línea sea que, aunque pequeños, hacen una gran diferencia en siempre superior?
la confiabilidad de uso del servicio?

■ Siempre ■ Casi Siempre ■ Algunas Veces ■ Casi Nunca ■ Nunca

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 14 y la figura 12 muestran los resultados del indicador generación de optimizaciones, para el ítem 23, relacionado con GPS introduce nuevas funciones, para que la calidad de la experiencia con las citas en línea sea siempre superior, los encuestados consideraron en un treinta y cinco con cincuenta y nueve por ciento (35,59 %) la alternativa de casi siempre, continuando con un veinte con treinta y cuatro por ciento (20,34 %) y un diecisiete con ochenta por ciento (17,80 %) las alternativas de siempre y algunas veces, finalizando con un trece con cincuenta y seis por ciento (13,56 %) y un doce con setenta y uno por ciento (12,71 %), para las alternativas de casi nunca y nunca.

Para el ítem 24, relacionado con la realización de ajustes finos, siendo pequeños, marcan una gran diferencia en la confiabilidad de uso del servicio al cliente, la alternativa de mayor selección resultó la de siempre con un treinta y nueve con ochenta y tres por ciento (39,83 %), continuando con un veintinueve con sesenta y seis por ciento (39,66 %), finalizando con un diecisiete con ochenta por ciento (17,80 %) y un doce con setenta y uno por ciento (12,71 %), para las alternativas de algunas veces y casi nunca.

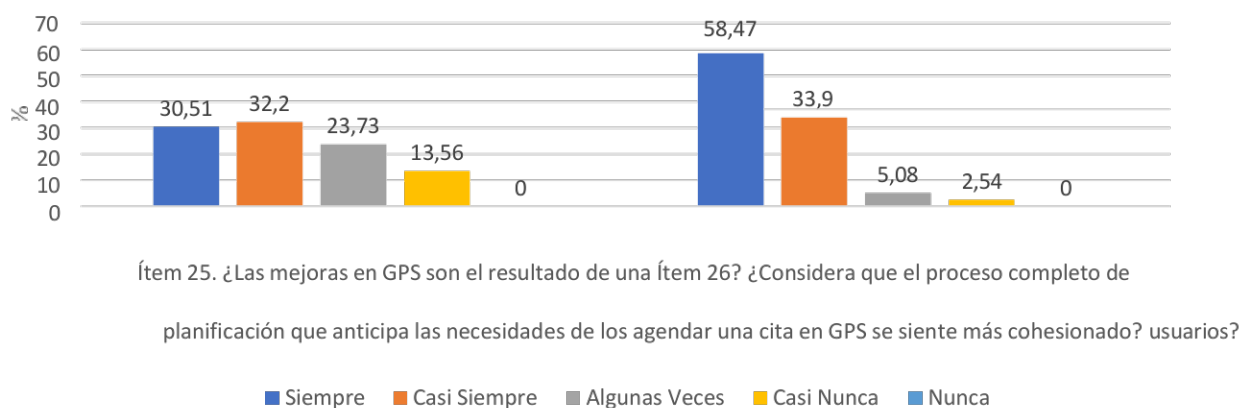
Tabla 14.- Indicador: Generación de Procesos Gerenciales Productivos

Alternativas	Ítem 25. ¿Las mejoras en GPS son el resultado de una planificación que anticipa las necesidades de usuarios?		Ítem 26. ¿Considera que el proceso de completo de agendar una cita en GPS los se siente más cohesionado?	
	fí	%	fí	%
Siempre	36	30,51	69	58,47
Casi Siempre	38	32,20	40	33,90
Algunas Veces	28	23,73	6	5,08
Casi Nunca	16	13,56	3	2,54

Nunca	0	0	0	0
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador generación de procesos gerenciales productivos. Fuente: Elaboración propia.

Figura 14.- Indicador: Generación de Procesos Gerenciales Productivos



Fuente: Elaboración propia.

El indicador generación de procesos gerenciales productivos, expone sus resultados en la tabla 15 y figura 13, para el ítem 25, relacionado con las mejoras de GPS son el resultado de una planificación que anticipa las necesidades de los usuarios, los encuestados seleccionaron en un treinta y dos con veinte por ciento (32,20 %) la alternativa de casi siempre, seguido de un treinta con cincuenta y uno por ciento (30,51 %) para la alternativa de siempre, para finalizar con un veintitrés con setenta y tres por ciento (23,73 %) y un trece con cincuenta y seis por ciento (13,56 %) para las alternativas de algunas veces y casi nunca.

Para el ítem 26, relacionado con sentir más cohesionado el proceso completo de agendar una cita en GPS, los encuestados consideraron en un mayor porcentaje la opción de siempre con un cincuenta y ocho con cuarenta y siete por ciento (58,47 %), seguido de un treinta y tres con noventa por ciento (33,90 %), culminando con un cinco con cero ocho por ciento (5,08 %), y un

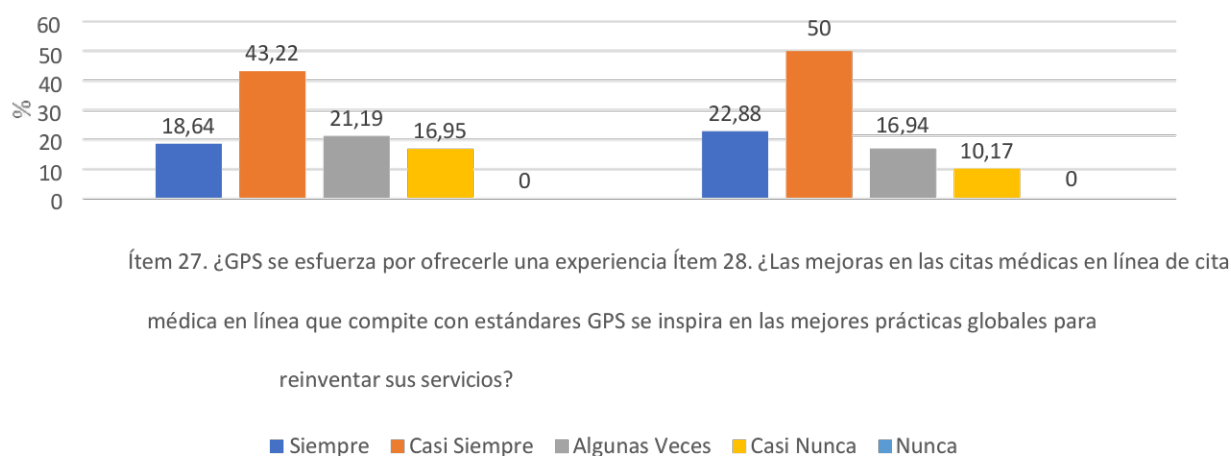
dos con cincuenta y cuatro por ciento (2,54 %) para las alternativas de algunas veces y casi nunca de manera respectiva.

Tabla 15.- Indicador: Proceso de Globalización según el Manual de Oslo

Alternativas	Ítem 27. ¿GPS se esfuerza por ofrecerle una experiencia de cita médicas en línea de GPS se inspira en estándares internacionales?		Ítem 28. ¿Las mejoras en las citas médicas en línea de GPS se inspira en las mejores prácticas globales para reinventar sus servicios?	
	fí	%	fí	%
Siempre	22	18,64	27	22,88
Casi Siempre	51	43,22	59	50
Algunas Veces	25	21,19	20	16,94
Casi Nunca	20	16,95	12	10,17
Nunca	0	0	0	0
Total	118	100	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador proceso de globalización según el manual de Oslo. Fuente: Elaboración propia.

Figura 15.- Indicador: Proceso de Globalización según el Manual de Oslo



Fuente: Elaboración propia.

El indicador denominado proceso de globalización según el Manual de Oslo presenta sus resultados en la tabla 16 y figura 14, en cuanto al ítem 27 referenciado con GPS se esfuerza por ofrecerles una experiencia de cita médica en línea que compite con estándares internacionales, los

encuestados consideran a la alternativa de casi siempre con un cuarenta y tres con veintidós por ciento (43,22 %), seguido con un veintiuno con diecinueve por ciento (21,19 %), un dieciocho con sesenta y cuatro por ciento (18,64 %) y un dieciséis con noventa y cinco por ciento (16,95 %) para las alternativas de algunas veces, siempre y casi nunca de manera respectiva.

En referencia al ítem 28, relacionado con las mejoras en las citas médicas en línea de GPS se inspira en las mejores prácticas globales para reinventar sus servicios, los encuestados consideraron en mayor porcentaje la opción de casi siempre con un cincuenta por ciento (50 %), continuando con un veintidós con ochenta y ocho por ciento (22,88 %), cerrando con un dieciséis con noventa y cuatro por ciento (16,94 %) y un diez con diecisiete por ciento (10,17 %) para las alternativas de algunas veces y casi nunca.

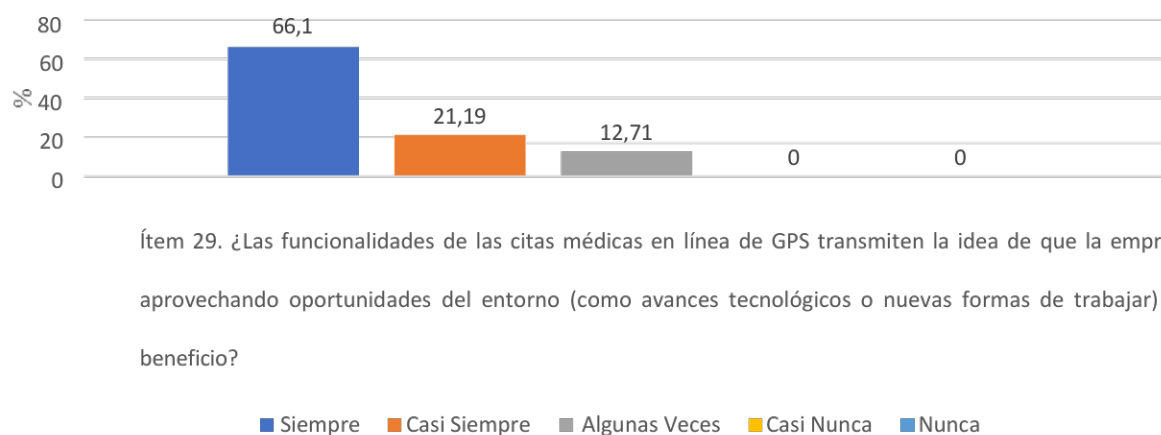
Tabla 16.- Indicador: Otros Factores

Ítem 29. ¿Las funcionalidades de las citas médicas en línea de GPS transmiten ¿Alternativas la idea de que la empresa está aprovechando oportunidades del entorno (como avances tecnológicos o nuevas formas de trabajar) para su beneficio?		
	fi	%
Siempre	78	66,10
Casi Siempre	25	21,19
Algunas Veces	15	12,71
Casi Nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	118	100

Nota. La tabla expresa la organización de los datos del indicador otros factores.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 16.- Indicador: Otros Factores



Fuente: Elaboración propia.

Se tiene el último indicador a estudiar, denominado otros factores, sus resultados son presentados en la tabla 17 y figura 15, en el ítem 29 relacionado con las funcionalidades de las citas médicas en línea de GPS transmiten la idea de que la empresa está aprovechando oportunidades del entorno para su beneficio, los encuestado seleccionaron la alternativa de siempre con un sesenta y seis con diez por ciento (66,10 %), seguido de un veintiuno con diecinueve por ciento (21,19 %) la alternativa de casi siempre, cerrando con el restante doce con setenta y uno por ciento (12,71 %) con la alternativa de algunas veces.

4.2 Discusión de Hallazgos

En referencia al primer objetivo específico diagnosticar la situación actual de los procesos de gestión de innovación de las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS), los resultados de vigilancia del entorno sugieren que la empresa mantiene una antena estratégica activa, constantemente escudriñando el horizonte para detectar y adaptar tendencias emergentes en el servicio al cliente de citas médicas en línea, existe una clara percepción de que GPS demuestra una capacidad para adelantarse a las expectativas de sus usuarios, indicando que una organización se anticipa y se ajusta proactivamente a los cambios del entorno, asegurando su

relevancia. Concordando con la visión de Markides (1997), la integración de una cultura de innovación es clave.

Los hallazgos de focalización en GPS revelan una percepción de que la innovación en las citas médicas en línea resuelve las necesidades de los pacientes de manera consistente, un hallazgo que concuerda plenamente con la premisa de Markides (1997), se observa que las actualizaciones se perciben, de forma mayoritaria, como directamente alineadas con las demandas de los usuarios. Esto sugiere que GPS, sus esfuerzos están cristalinamente orientados a aportar valor real, haciendo que las citas médicas en línea sean una herramienta que a menudo se adelanta a las expectativas del paciente, demostrando una coherencia estratégica vital.

El indicador de capacitación en GPS muestra que los clientes perciben una empresa en constante evolución, lo cual resuena con la visión de Markides (1997) sobre la adquisición de conocimiento para redefinir capacidades. Existe una clara percepción de que las herramientas utilizadas para ofrecer el servicio de citas médicas en línea son modernas y reflejan una mejora continua, aunque, la aplicación de salud digital para una experiencia innovadora es valorada, se sugiere un margen para intensificar esa percepción de vanguardia, es decir, GPS demuestra una adaptación proactiva a las cambiantes demandas del mercado, validando la importancia de invertir en el saber para un servicio siempre relevante y optimizado.

El análisis del indicador de implantación en GPS revela un panorama donde la materialización de ideas innovadoras en las citas médicas en línea se percibe como una realidad, aunque con espacio para la consistencia, los clientes indican que las ideas cobran vida algunas veces, sugiriendo que la transformación de la visión en realidad operativa es un proceso en desarrollo. Sin embargo, hay una clara percepción de que las herramientas implementadas buscan ser beneficiosas y fáciles de entender, lo que concuerda con la visión de Markides (1997) sobre la

necesidad de vincular la innovación directamente con el valor para el cliente, demostrando un esfuerzo por reestructurar el enfoque y aplicar las habilidades fundamentales para mejorar el negocio, aunque la fluidez en la entrega total aún se optimiza.

El hallazgo del indicador de aprendizaje en GPS revela un panorama matizado que se alinea con la visión de Markides (1997) sobre el empoderamiento y la redefinición de la oferta, los clientes perciben que la empresa utiliza las experiencias menos favorables para mejorar con cierta regularidad, lo que sugiere un ciclo de aprendizaje activo. Sin embargo, en cuanto a la integración activa de sus propias sugerencias, la percepción se inclina hacia una participación menos frecuente, indica que, si bien GPS demuestra la capacidad de aprender de los tropiezos, aún existe una oportunidad para amplificar la voz del cliente y convertirla en una fuerza motriz más potente para la redefinición continua de sus servicios de citas médicas en línea.

El indicador percepción sobre el grado de novedad en las innovaciones de GPS para las citas médicas en línea concuerda con la visión de Escorsa (1997) sobre el espectro que va de lo incremental a lo revolucionario. Los clientes perciben de forma mayoritaria que las mejoras hacen su experiencia más rápida y sencilla, indicando una fuerte presencia de innovación incremental que perfecciona lo existente, además, una parte significativa de los encuestados también siente que GPS introduce funcionalidades que redefinen la interacción con los servicios de salud digital, lo que sugiere la coexistencia de novedad radical, posicionando a GPS como una entidad que se aventura en la creación de nuevas formas de valor.

El análisis del último indicador de la primera dimensión, innovación en función de su naturaleza, revela que la percepción de los clientes en GPS se alinea fuertemente con la definición de Escorsa (1997) sobre la generación de valor y aceptación práctica, los resultados muestran que las mejoras en el sistema de citas médicas en línea son extremadamente útiles y resuelven las

necesidades de los clientes de manera consistente, lo que indica que las ideas se transforman exitosamente en servicios ventajosos y aceptados. Además, se percibe que las decisiones de GPS en innovación se traducen en un impacto real y tangible en la experiencia del cliente, consolidando la noción de que la innovación es la materialización de un beneficio concreto.

En referencia al segundo objetivo específico analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS), el hallazgo del indicador demanda a la innovación en GPS revela una percepción interesante que resuena con la definición de Paredes (1999) sobre la resolución de necesidades explícitas e implícitas. Los clientes indican que, en algunas ocasiones, GPS logra lanzar nuevas funciones en las citas en línea que resuelven problemas que ellos han experimentado sin haberlos comunicado, sugiriendo una capacidad de la empresa para detectar necesidades latentes; aunque también se percibe que, en ciertos casos, la empresa aún no abre nuevas formas de gestionar la salud de manera que los usuarios lo identifiquen claramente como algo que deseaban sin saberlo.

La factibilidad técnico-económica en GPS refleja una percepción que concuerda con la visión de Paredes (1999), la innovación es un camino hacia soluciones superiores. Los clientes perciben que las mejoras tecnológicas en las citas médicas en línea son modernas, prácticas y estables, lo que indica que las ideas son sólidamente aterrizadas y funcionales; sin embargo, la percepción de que las soluciones han sido cuidadosamente evaluadas para ser sostenibles a largo plazo es un aspecto que, aunque valorado, sugiere un margen para reforzar esa impresión, por tanto, GPS demuestra la capacidad de lanzar innovaciones que despegan con firmeza, aunque la promesa de su durabilidad aún puede ser comunicada con mayor contundencia.

El hallazgo del indicador generación de adaptaciones en GPS revela una percepción que concuerda con la visión de Paredes (1999) sobre la capacidad de transformar soluciones para

problemas. Los clientes perciben que las innovaciones en GPS logran transformar sus herramientas para mantenerse relevantes en el dinámico entorno de la salud digital, lo que indica una buena adaptabilidad, sin embargo, en cuanto a la resolución de problemas antiguos con soluciones novedosas, la percepción se concentra en algunas veces, sugiriendo que, si bien la empresa es flexible, aún hay un espacio para que esa maleabilidad tecnológica se traduzca más consistentemente en la reinención de enfoques para desafíos conocidos, impulsando así su resiliencia.

El indicador cambios tecnológicos en GPS revela que la percepción del cliente sobre la evolución de las citas médicas en línea concuerda con la premisa de Paredes (1999) quien sostiene que la innovación es la resolución de una necesidad mediante una solución novedosa y superior, los cambios tecnológicos son una manifestación clave de esta búsqueda. Los resultados indican que, aunque los clientes aprecian que el sistema evoluciona con tecnologías modernas, esta mejora en la experiencia se percibe como algo que ocurre algunas veces; sugiere que, si bien GPS persigue la mejora tecnológica, la consistencia en la implementación y la comunicación de estas inversiones aún puede optimizarse para que el cliente perciba un flujo ininterrumpido de vanguardia.

El indicador generación de optimizaciones en GPS revela que la percepción del cliente sobre la mejora continua concuerda con la visión de Vidal (2004, la innovación es el resultado de un proceso de mejora continua y adaptación estratégica, la optimización es la etapa donde el potencial de una solución tecnológica se maximiza. Los resultados muestran que los usuarios perciben que GPS introduce nuevas funciones para elevar la calidad de su experiencia en las citas en línea, de manera destacada, se valora de forma consistente la capacidad de GPS para realizar ajustes finos que marcan una gran diferencia en la confiabilidad y el uso del servicio, por tanto, la empresa se compromete activamente con el refinamiento constante de sus soluciones tecnológicas,

maximizando su potencial y asegurando que la experiencia del cliente sea cada vez más fluida y superior.

El hallazgo del indicador generación de procesos gerenciales productivos en GPS revela una percepción que resuena con la definición de Vidal (2004) sobre la innovación como estrategia que trasciende la invención. Los clientes perciben de forma consistente que las mejoras en GPS son el resultado de una planificación que anticipa sus necesidades, más aún, una abrumadora mayoría siente que el proceso completo de agendar una cita es altamente cohesionado, por tanto, GPS innova en el qué, y, en el cómo, orquestando sus procesos gerenciales para que las mejoras se traduzcan en una experiencia fluida y anticipatoria para el usuario, dicha visión holística de la innovación es un diferenciador clave en el mercado de la salud digital.

4.3 Vinculación con los Objetivos Institucionales del Desarrollo Humano Sustentable

La vigilancia proactiva, inherente a la innovación, se conecta intrínsecamente con la sostenibilidad, como señala Porter (1991) la innovación, responde a las necesidades actuales previendo las futuras y adaptarse a los cambios del entorno, sienta las bases para una ventaja competitiva duradera. En el caso de GPS, esta capacidad de detectar y asimilar tendencias externas permite una adaptación resiliente frente a desafíos y cambios, promoviendo así la viabilidad a largo plazo y la sostenibilidad del negocio en el dinámico panorama de la salud digital.

La alineación estratégica de la innovación, como se percibe en GPS, es un pilar para la sostenibilidad a largo plazo, como argumenta Prahalad y Hamel (1990) cuando la innovación se focaliza en las competencias centrales y en las necesidades estratégicas del cliente, construye una ventaja competitiva duradera. Para la empresa, esta capacidad de dirigir sus innovaciones hacia la satisfacción de necesidades explícitas e implícitas en las citas médicas en línea, asegura que cada

avance tecnológico sea una inversión inteligente que refuerza la propuesta de valor de la empresa y su relevancia en el mercado de la salud digital.

Esta capacidad de aprendizaje y reinención, evidente en la capacitación de GPS, es fundamental para la sostenibilidad empresarial, como sostiene Senge (1990) las organizaciones que cultivan una cultura de aprendizaje continuo son las que perduran y prosperan en entornos dinámicos. Para GPS, invertir en la capacitación y en la aplicación de salud digital construye una base resiliente para el futuro, con la redefinición constante de sus capacidades a través del conocimiento adquirido, la empresa asegura su adaptabilidad y su ventaja competitiva en el panorama digital, garantizando un crecimiento sostenido y una oferta de valor que se mantiene vigente a lo largo del tiempo.

La fase de implantación, al vincular la innovación con el valor para el cliente, es fundamental para la sostenibilidad del negocio, como argumenta Christensen (1997) la capacidad de una empresa para traducir las innovaciones en productos y servicios exitosos, y adoptados por el mercado es lo que asegura su supervivencia y crecimiento a largo plazo. En el contexto de GPS, una implantación más consistente y fluida de las mejoras en las citas médicas en línea solidificaría la reputación de la empresa y su posición competitiva, garantizando que cada inversión en innovación se traduzca en beneficios sostenibles y un futuro más robusto para la organización.

La retroalimentación y el aprendizaje activo del cliente son fundamentales para la sostenibilidad en el largo plazo, como lo destaca Kaplan y Norton (2004) la capacidad de una organización para escuchar y adaptar sus procesos basándose en la experiencia de sus usuarios es un activo intangible que se traduce en resultados tangibles. Para GPS, integrar más activamente las sugerencias de los clientes en sus procesos de innovación en citas médicas en línea optimizaría

la eficiencia de sus recursos, al dirigir los esfuerzos de innovación hacia soluciones que realmente resuenan con las necesidades del mercado, asegurando una ventaja competitiva duradera.

La coexistencia de innovaciones incrementales y disruptivas es vital para la sostenibilidad estratégica, como sostienen Tushman y O'Reilly (1997) las organizaciones que logran ser ambidiestras, es decir, capaces de explotar sus negocios actuales (innovación incremental) y al mismo tiempo explorar nuevas oportunidades (innovación radical) son las que mantienen su relevancia a largo plazo. Para GPS, esta dualidad en la innovación de sus citas médicas en línea le permite anticipar y moldear el futuro del sector, garantizando su crecimiento y permanencia en un mercado en constante evolución.

La capacidad de una organización para transformar ideas innovadoras en valor percibido y aceptación práctica, tal como se observa en GPS, es un factor crítico para su sostenibilidad a largo plazo, según Drucker (1985), la verdadera innovación es aquella que crea un nuevo valor para el cliente y para la sociedad, convirtiendo un cambio en una oportunidad. Para GPS, el hecho de que sus innovaciones en citas médicas en línea sean consistentemente útiles y generen un impacto real en la experiencia del usuario, asegura una corriente continua de beneficios y diferenciación en el mercado, haciendo que la empresa sea sostenible y relevante a medida que evoluciona el entorno de la salud digital.

La habilidad de anticipar y resolver necesidades latentes es un pilar esencial para la sostenibilidad competitiva, como expresa Kim y Mauborgne (2005) identificar y abordar puntos de dolor no reconocidos por los clientes permite a las empresas crear un nuevo espacio de mercado y diferenciarse significativamente. Para GPS, potenciar esta capacidad de lanzar funciones que resuelvan problemas silenciosos establece una ventaja sostenible al posicionar a la empresa como

un innovador que realmente comprende y se adelanta a las necesidades futuras de sus usuarios en el ecosistema de la salud digital.

La validación de la factibilidad técnico-económica es un pilar indispensable para la sostenibilidad empresarial, como lo postula Schumpeter (1942) la destrucción creativa de la innovación solo genera un impacto duradero cuando las nuevas combinaciones son económicamente viables y tecnológicamente robustas. Para GPS, la capacidad de asegurar que sus mejoras en citas médicas en línea sean innovadoras, prácticas, estables y evaluadas para su sostenibilidad, es fundamental, lo cual maximiza el retorno de la inversión en innovación, construyendo una base de confianza con el cliente y asegura la resiliencia y el crecimiento continuo de la empresa en un entorno tan competitivo como el de la salud digital.

La capacidad de generar adaptaciones tecnológicas es un pilar esencial para la sostenibilidad y resiliencia empresarial, según Teece (1997) la habilidad de una empresa para integrar, construir y reconfigurar competencias internas y externas es fundamental para adaptarse a entornos cambiantes y mantener una ventaja competitiva. Para GPS, potenciar la generación de adaptaciones en sus citas médicas en línea asegurará la vigencia y el valor de sus activos tecnológicos a largo plazo, consolidando su posición en el sector de la salud digital y fomentando un crecimiento sostenible en un mercado impredecible.

La capacidad de una organización para implementar cambios tecnológicos de manera consistente es fundamental para su sostenibilidad a largo plazo, para Moore (2004) la adaptación continua a las nuevas tecnologías es una necesidad para la supervivencia y el crecimiento. Para GPS, asegurar que sus inversiones en innovación tecnológica se traduzcan en una percepción más uniforme y frecuente de mejoras modernas y de alto nivel en las citas médicas en línea, consolidará

su posición competitiva en el mercado, lo cual, le permitirá mantener la relevancia y asegurar una ventaja sostenible en el dinámico ecosistema de la salud digital.

La incesante búsqueda de optimización, evidente en GPS, es un pilar fundamental para la sostenibilidad empresarial a largo plazo, para Deming (1986) la mejora continua (Kaizen) es una filosofía que permite a las organizaciones adaptarse, reducir desperdicios y aumentar la eficiencia, generando un valor perdurable. Para GPS, el énfasis en la generación de optimizaciones en sus citas médicas en línea optimiza sus propios procesos y recursos, asegurando que su modelo de negocio sea más robusto, competitivo y capaz de sostener su crecimiento en el dinámico y desafiante entorno de la salud digital.

La optimización de los procesos gerenciales productivos, tal como se observa en GPS, es fundamental para la sostenibilidad a largo plazo, para Porter (1985), la eficiencia en la cadena de valor de una empresa, incluyendo sus procesos internos de gestión y producción, es fundamental para generar una ventaja competitiva sostenible. Para GPS, el hecho de que sus innovaciones sean percibidas como el resultado de una planificación estratégica que anticipa necesidades y cohesiona la experiencia del cliente, construye una base sólida de confianza y lealtad, asegurando la viabilidad y el crecimiento sostenido de la empresa en el competitivo y desafiante panorama de la salud digital.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la travesía de cualquier investigación, las conclusiones son el corazón palpitante donde el conocimiento adquiere su forma más pura, son el punto culminante que cristaliza los hallazgos, revelando las verdades descubiertas tras un meticuloso escrutinio de datos, aquí, los patrones emergen, las hipótesis se confirman o se refutan, y la esencia del estudio se destila en afirmaciones concisas y poderosas. Por su parte, las recomendaciones son la brújula estratégica que guía el futuro, se plantean acciones concretas y fundamentadas, diseñadas para transformar el conocimiento en impacto tangible, representando la proyección de la investigación hacia la práctica, proponiendo soluciones, mejoras o nuevas avenidas de exploración.

5.1 Conclusiones

Con respecto al primer objetivo específico, diagnosticar la situación actual de los procesos de gestión de innovación de las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS), el diagnóstico de la situación actual de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea de Gestión Profesional de Salud (GPS) ha desvelado un panorama dinámico y prometedor, donde la empresa exhibe un claro compromiso con la evolución digital, aunque con áreas de oportunidad para perfeccionar su brillo innovador. En lo que respecta a la vigilancia del entorno, GPS demuestra ser una entidad con una antena estratégica consistentemente activa, los clientes perciben que la empresa a menudo se adelanta a sus expectativas.

La empresa GPS, al igual que un explorador atento, escudriña el horizonte para detectar tendencias emergentes y oportunidades latentes en el vasto ecosistema de la salud digital, se anticipa la marea, asegurando su relevancia y competitividad en un mercado en constante metamorfosis, la capacidad para adaptar proactivamente su estrategia innovadora es una fortaleza

inherente, evidenciando una cultura de innovación arraigada en su núcleo operativo. Con respecto a la focalización de la innovación en GPS también muestra una orientación estratégica clara, la percepción predominante es que las actualizaciones en el sistema de citas médicas en línea resuelven directamente las necesidades de los pacientes, con una estrategia interna precisa que establece la meta y el alcance de cada iniciativa innovadora, garantizando que el verdadero valor de la innovación radica en su coherencia con el propósito central de la empresa.

Con respecto a la capacitación, se observa que GPS es una organización en constante aprendizaje y evolución, los clientes perciben que las herramientas para ofrecer el servicio son modernas y reflejan una mejora continua, lo que destaca la inversión estratégica en el conocimiento y las habilidades del equipo. Por otro lado, la implantación, el punto donde las ideas se materializan, presenta un escenario de avances notables con potencial de consolidación; si bien las ideas cobran vida y las herramientas implementadas buscan ser beneficiosas y fáciles de entender, la percepción de la consistencia en esta materialización es un área a optimizar.

Respecto al aprendizaje, GPS demuestra la capacidad de extraer lecciones de sus experiencias, la empresa utiliza las situaciones menos favorables como fuentes de mejora, revelando un ciclo de aprendizaje activo, sin embargo, se identifica una oportunidad significativa en la integración más activa de las sugerencias directas de los clientes en este ciclo. En la innovación en función del grado de novedad, la empresa logra un equilibrio, los clientes aprecian que las mejoras hacen su experiencia más rápida y sencilla, indicando una fuerte presencia de innovación incremental que perfecciona lo existente, por último en la innovación en función de su naturaleza, los resultados destacan que las mejoras en el sistema de citas médicas en línea son consistentemente útiles y resuelven las necesidades de los clientes, confirmando que la innovación trasciende la mera invención y se enfoca en generar valor percibido y aceptación práctica.

Con respecto al segundo objetivo específico, analizar el nivel de optimización de los procesos de gestión de innovación en las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (GPS); revela una orquesta en constante afinación, donde la búsqueda de la eficiencia y la excelencia es un objetivo palpable, aunque con compases que requieren mayor sincronía. En lo concerniente a la demanda a la innovación, GPS demuestra una habilidad para leer entre líneas las necesidades del paciente, incluso aquellas que no son explícitamente comunicadas, por otro lado, la factibilidad técnico-económica en la empresa muestra un camino sólido, pero con matices, es decir, los clientes perciben que las mejoras tecnológicas en las citas médicas en línea son modernas, prácticas y estables, lo cual es fundamental para que la innovación despegue.

Respecto a la generación de adaptaciones, GPS exhibe una elasticidad innovadora notable, los clientes aprecian que la empresa logra transformar sus herramientas para mantenerse relevantes en el dinámico entorno de la salud digital, esta capacidad de camaleón tecnológico es clave para la resiliencia. En cuanto a los cambios tecnológicos, el pulso de actualización en la empresa es perceptible, pero con un ritmo que puede acelerarse, es decir, los clientes reconocen que el sistema de citas médicas en línea evoluciona con tecnologías modernas, mejorando su experiencia; si bien GPS persigue la adaptación tecnológica como un elemento diferenciador, la consistencia y la velocidad de la implementación de estas transformaciones aún tienen un margen para consolidar.

La generación de optimizaciones es un claro fuerte de GPS, donde la búsqueda de la excelencia es palpable, los clientes perciben que la empresa introduce nuevas funciones para elevar la calidad de su experiencia y, de manera destacada, valoran los ajustes finos que marcan una gran diferencia en la confiabilidad y el uso del servicio, la empresa se compromete activamente con el refinamiento y la perfección constante de sus soluciones tecnológicas. Asimismo, en la generación de procesos gerenciales productivos, GPS demuestra una orquestación inteligente de sus esfuerzos

de innovación, los clientes perciben consistentemente que las mejoras son resultado de una planificación que anticipa sus necesidades y, de manera sobresaliente, sienten que el proceso completo de agendar una cita es altamente cohesionado.

5.2 Recomendaciones

La implementación subsiguiente del sistema de procesos con el objetivo de conseguir una gestión y almacenaje más eficiente de los registros de datos de los pacientes de la compañía, con el fin de incrementar la satisfacción de sus clientes y perfeccionar la administración de calidad.

Antes de implementar cualquier sistema de administración, se lleve a cabo un estudio y análisis más exhaustivo y minucioso de la situación real del centro de salud, dado que mediante esto se podrán reconocer las herramientas requeridas que contribuirán a resolver los problemas identificados en la compañía.

Obtener un software que sea fácil de usar y facilite la realización de las tareas, estando a disposición del responsable del departamento de admisión del centro médico.

Emplear un sistema que considere los niveles de seguridad para guardar la información recolectada durante la acogida de las citas médicas requeridas por los pacientes, con el propósito de obtener un resultado más óptimo en términos de gestión de la tecnología; principalmente, enfocándose en cumplir con las necesidades de los pacientes y de la compañía.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1 Introducción

Una adecuada gestión de los procesos contribuye a optimizar la manera en que se realizan las labores, posibilitando la modificación de elementos que favorezcan al paciente, la investigación se realizó en el área de entrada y recibimiento, recogiendo información a través de cuestionarios a los pacientes del centro sanitario. Después de un estudio, se detectaron dificultades en la administración de las citas médicas, la opción más adecuada sería una herramienta tecnológica que brinde servicio en línea, esta propuesta automatiza todos los procesos, disminuyendo los tiempos de espera y los problemas para programar citas, lo que mejora la atención al paciente; asimismo, el doctor tendrá la opción de reorganizar su agenda y atender a sus pacientes de forma ordenada y segura.

6.2 Fundamentación Teórica y Conceptual de la Propuesta

Rowman (2009), sugirió que este mecanismo de procesos ayuda a mejorar las operaciones de una empresa BizAgi facilita la toma de decisiones correctas mediante la modelación de procesos y su registro de forma rápida, clara y sencilla. BizAgi es un software que puede manejar las necesidades de una empresa, ya que se enfoca en la gestión de procesos y ofrece una solución para su automatización. Esta herramienta empresarial ayuda a perfeccionar los procesos actuales para sobresalir en el mercado.

Se propuso una teoría sobre la utilización de este instrumento de procesos que promueve la mejora de sus tareas, simplificando la toma de decisiones acertadas mediante este modelador denominado BizAgi, documentando procesos de forma rápida, consistente y sencilla. El Bizagui

es un programa informático que puede cubrir las demandas de una entidad, dado que se centra primordialmente en la gestión de procesos proporcionando una solución de automatización para procesamientos. Es un instrumento corporativo que promoverá la optimización del nivel de procesos existentes en un mercado competitivo.

6.3 Objetivos de la Propuesta

Proponer un sistema de gestión de procesos para la optimización de citas médicas en línea de la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.).

Establecer una diferenciación con la competencia, mejorando el posicionamiento interno de marca del centro médico.

Obtener visibilidad a nivel local y nacional de los servicios que cuenta en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.).

Generar que la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.) sea una marca amada y reconocida por los clientes por su buena atención al público, evitando reclamos posteriores de los pacientes.

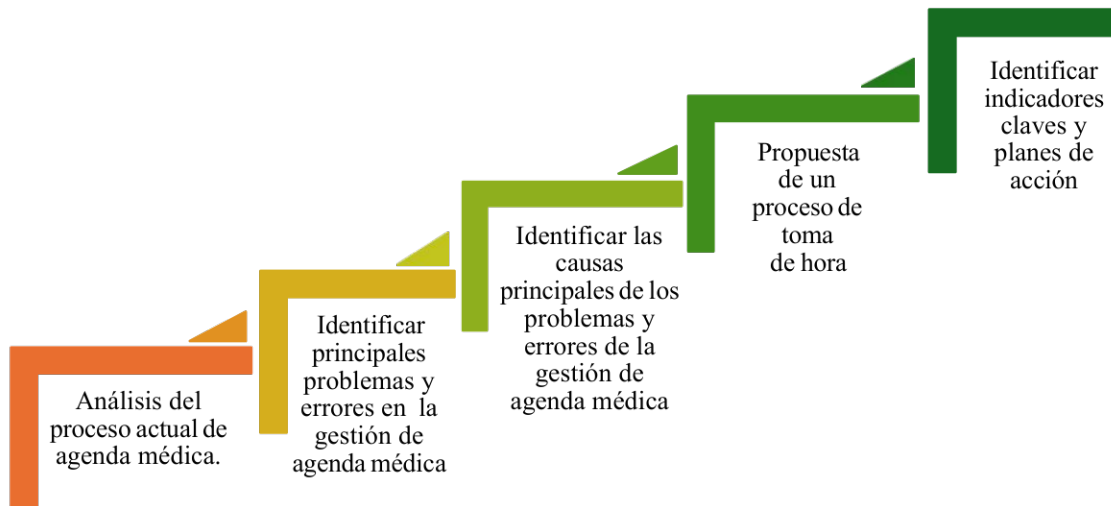
6.4 Descripción de la Propuesta

La empresa privada Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), experta en el ámbito de la salud, ofrece servicios de alta demanda, pese a que sus procedimientos administrativos no son los más apropiados, el principal problema es que tardan mucho en programar citas médicas, ya que utilizan un sistema anticuado y no emplean la tecnología adecuada. Esto genera dificultades como el uso inapropiado de recursos, malentendidos de información, disputas de horarios y la retención de personal, lo que conlleva a la pérdida de clientes, entre otros factores, esta propuesta se basará en este instrumento para mejorar la calidad de los procesos realizados con un concepto claro, consistente y ordenado en la empresa.

La propuesta de un sistema de gestión de procesos, centrado en optimizar las citas médicas en línea, es de gran relevancia, contribuirá a realizar las tareas de manera ordenada, eficaz y rápida, permitirá que los pacientes tarden menos en visitar a un médico; además, contribuirá a proporcionar un servicio superior a todos los pacientes, potenciando la reputación del centro de salud y el manejo de las consultas. La compañía Gestión Profesional de Salud (G.P.S.) actualmente persigue el empleo de las redes sociales y sus tecnologías rápidas para optimizar el uso y compartir las plataformas en línea, lo cual, resulta fundamental para los pacientes, dado que utilizan plataformas como Facebook, Instagram y páginas de internet.

Materiales y Métodos

Diseño: Para alcanzar el objetivo principal de esta investigación y sugerir un método más eficiente para coordinar las citas médicas en línea en la compañía Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), se empleará un enfoque similar a la gestión de procesos. Inicialmente, se establecerá el procedimiento que requiere cambios, después se mostrará para comprenderlo, reconociendo los problemas más significativos y sus causas, elaborando una solución, que será evaluada y, finalmente, se explorarán técnicas para evaluar el éxito y elaborar planes para el futuro. A continuación, se detallan los métodos que se implementarán para alcanzar los objetivos propuestos.

Figura 16*Métodos a Implementar para Alcanzar Objetivos*

Fuente: Elaboración propia.

Este proyecto utilizará el idioma Visual Basic en combinación con el entorno.NET.; adicionalmente, SQL Server será el sistema de base de datos gracias a su excelente compatibilidad con las aplicaciones de Microsoft. Para realizar este proyecto, se utilizará una versión modificada del método AgilUs, por lo que se dividió en cuatro partes: valorar lo necesario, valorar el sistema, crear un modelo y entregar el producto final, todo ello con la intención clara de alcanzar los objetivos que se han propuesto.

Modelos del proceso: A continuación, se detallan los procesos de optimización siguientes en la clínica. Mejoras tras la implementación del sistema de citas en línea:

Solicitar ser atendido: El paciente llega al centro médico y solicita la atención programada en el sistema.

Información del paciente: la persona encargada en recepción tendrá la información correspondiente al cliente, estos pueden ser de los días de atención o presupuestos por los servicios brindados.

Verificación de reserva: La recepcionista confirmar la disponibilidad del médico para poder atenderlos.

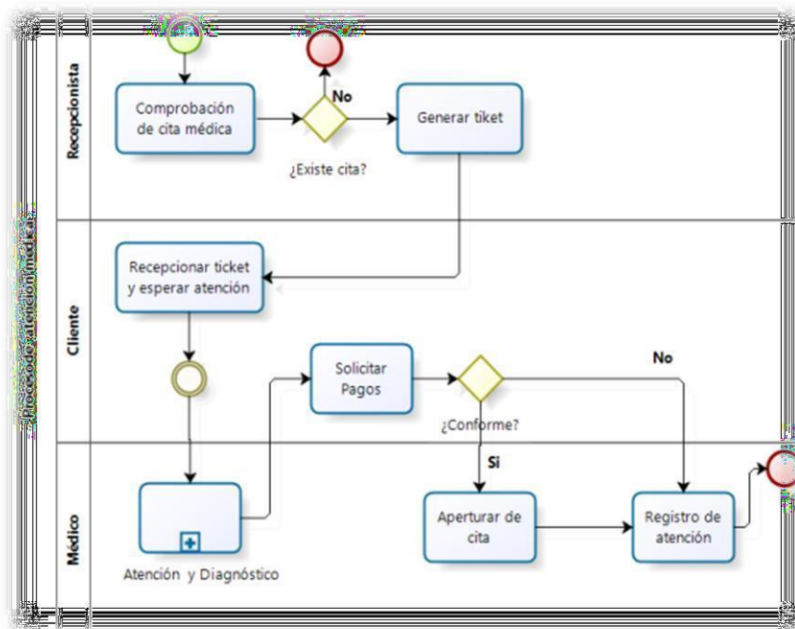
Comprobar datos: El personal verificará los datos del paciente en el sistema para proseguir con su trabajo.

Crear historial: El personal mantendrá el historial clínico del paciente claro y ordenado.

Realización del pago: El cliente podrá solicitar sus pagos de acuerdo al servicio adquirido.

Generar comprobante: Mostrando a los colaboradores un orden de atención para ser atendidos.

Registro de cita: El cliente finalmente ha adquirido con éxito una cita médica.



Fases del Proyecto

A continuación, se expone cada etapa del proceso de desarrollo de la forma en que se utilizará para la creación de la solución.

Fase I: Análisis de Requisitos

Tormenta de Ideas: La tormenta de ideas es una técnica de trabajo en equipo que favorece la generación de conceptos innovadores sobre un tema o problema. Este enfoque se implementará al comienzo del desarrollo, con diversas reuniones para debatir ideas y perspectivas acerca del funcionamiento y las medidas que implementará la aplicación. Incluirán expertos en el desarrollo de sistemas clínicos, acompañados por una persona que ha empleado estos sistemas durante un extenso periodo en una clínica privada.

De estos diálogos se obtendrá una comprensión precisa de lo que se requiere para los sistemas de citas en línea. Después de hablar de esto, se decidirán las acciones y métodos a usar, y qué producto se creará en cada fase del desarrollo. Así, se pueden obtener las siguientes ideas:

- Hacer que sea sencillo cambiar la configuración de la aplicación para que se ajuste a lo
- que la institución necesita.
- Registrar fácil y rápido las visitas y pruebas de los pacientes.
- Ofrecer un horario de citas médicas en internet para que los usuarios vean cuándo hay
- atención disponible.
- Saber los precios de las consultas con otros médicos y de los estudios o pruebas, ya sea
- que el paciente pague directamente o a través de un seguro.
- Ver las citas hechas por internet, las que se cancelaron y las que se realizaron.
- Crear solicitudes de trabajo para los pacientes.
- Iniciar el procedimiento para la atención en la consulta.

Análisis de productos existentes: Para desarrollar el sistema de citas médicas en línea, se contará con el apoyo de especialistas en la creación de programas clínicos y de un usuario que tiene un buen conocimiento del centro de citas. Nos proporcionarán sus saberes y vivencias, y nos instruirán sobre dos sistemas que se aplican en clínicas relevantes de Venezuela. Esto nos permitirá discernir qué es lo más relevante y identificar qué sistema funciona correctamente y qué no.

En cuanto a las debilidades y fortalezas detectadas:

Fortalezas

- Sistemas que cubren casi todos los pasos para agendar y manejar citas.
- Adaptación a las demandas de cada paciente, médico, investigación médica y consulta.
- Información guardada en un solo lugar.
- Uno de los sistemas se creó usando tecnología web, lo que facilita ponerlo en marcha y mantenerlo.
- Incluyen listas de precios de servicios según la empresa de seguros.

Debilidades

- Es difícil cambiar la configuración porque estos sistemas están hechos específicamente para la empresa.
- Responden lentamente.
- Casi no se integran, o no se integran, con la facturación.
- No tienen una parte para guardar los resultados, así que se deben usar otros sistemas.
- En uno de los sistemas, la información está cerrada, lo que significa que otras aplicaciones no pueden entrar para analizarla.

Perfil de Usuario: El sistema contará con distintos tipos de usuarios, cada uno desempeñando una función particular en la organización. Ellos incluyen: Personal de Atención al Paciente, Personal de Servicios Extra, Médicos, directores de Caja y Gerente.

Personal de atención al paciente: individuos que entienden a fondo el procedimiento de realizar citas médicas en línea, además de los elementos vinculados, como los doctores disponibles y sus horarios en la institución, las pruebas que se pueden realizar en ese lugar y los gastos dependiendo del tipo de cita y quién realiza el pago (ya sea de su propio dinero o con seguro). Es necesario saber manejar computadoras y estar versados en sistemas de gestión digitales.

Médicos y personal de servicios auxiliares: personas con experiencia en el campo de la salud que llevan a cabo revisiones y pruebas médicas. Es imprescindible que entiendan la gestión de computadoras y sistemas de administración digital.

Responsables de caja: individuos que posean un sólido entendimiento del funcionamiento de la caja registradora y los procedimientos para elaborar facturas y distribuir recibos de pago a los clientes. Es imprescindible que posean habilidades fundamentales en el manejo de computadoras y sistemas de administración computacional.

Administradores: individuo que tiene una amplia comprensión de cómo operan las citas médicas en línea y todos sus procedimientos. Debe tener la habilidad de usar sistemas administrativos de computación con habilidad y gestionar un ordenador.

Requerimientos Funcionales y No Funcionales

Tras llevar a cabo el análisis anteriormente citado, se presenta una lista de requisitos funcionales y no funcionales esenciales para el desarrollo del sistema:

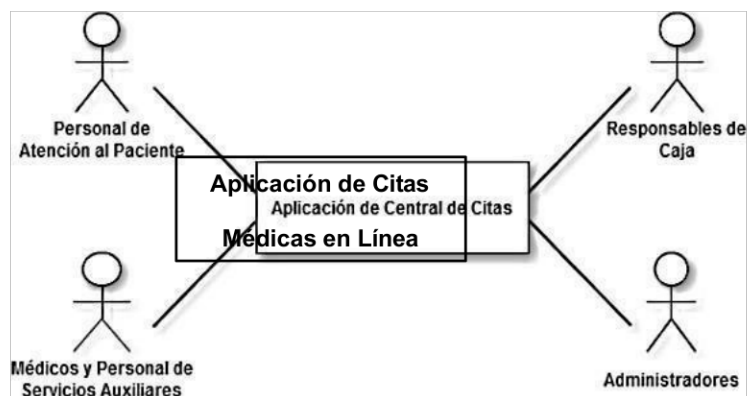
- Anotar la información personal de los pacientes.
- Registrar a los médicos, los servicios de apoyo y sus horarios de atención.
- Consultar sobre especialistas y estudios de servicios de apoyo junto con sus costos y horarios.
- Ver la cantidad de lugares disponibles y ocupados para cada médico o servicio en una fecha específica.
- Reservar citas médicas en línea para pacientes que pagan por su cuenta y para aquellos con seguros.
- Registrar el pago de la cita médica en línea y comenzar el proceso de facturación.
- Atender la cita médica en línea.
- Cargar y verificar los resultados de consultas o exámenes en el sistema.
- Revisar citas que han sido reservadas, canceladas y atendidas.
- El resultado final tiene que proporcionar un gran rendimiento, permitiendo al usuario completar sus actividades de la manera más rápida y precisa posible.
- Es importante que el software sea fácil de usar y que tenga una interfaz clara.
- Se busca que el producto que se diseñe sea sencillo de ampliar para cualquier programador que quiera añadir un módulo que considere beneficioso.
- El programa debe ser creado siguiendo las mejores normas de ingeniería de software, de tal forma que se facilite su mantenimiento.
- Se desea que el producto final funcione en un ordenador con especificaciones básicas.
- Viabilidad: Es crucial realizar la adquisición del modelador de procesos BizAgi para disminuir los tiempos de espera y atención a los clientes. Esto será posible debido a que se disponen de los recursos financieros, económicos, humanos, materiales y bienes

esenciales, disponibles en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.); además, su implementación permitirá que la sociedad sea consciente de la relevancia de estar al tanto de su cita médica con antelación y prevenir

Fase II: Análisis del Sistema

Modelo de Casos de Uso: Un caso de uso ilustra la secuencia de interacciones que se desarrollarán entre los usuarios y el sistema, en respuesta a un suceso que un actor pone en marcha. Los esquemas de casos de uso se emplean para establecer la forma en que un sistema interactúa y se comunica mediante su interacción con los usuarios o con otros sistemas.

Descripción de los actores y su interacción con el sistema.

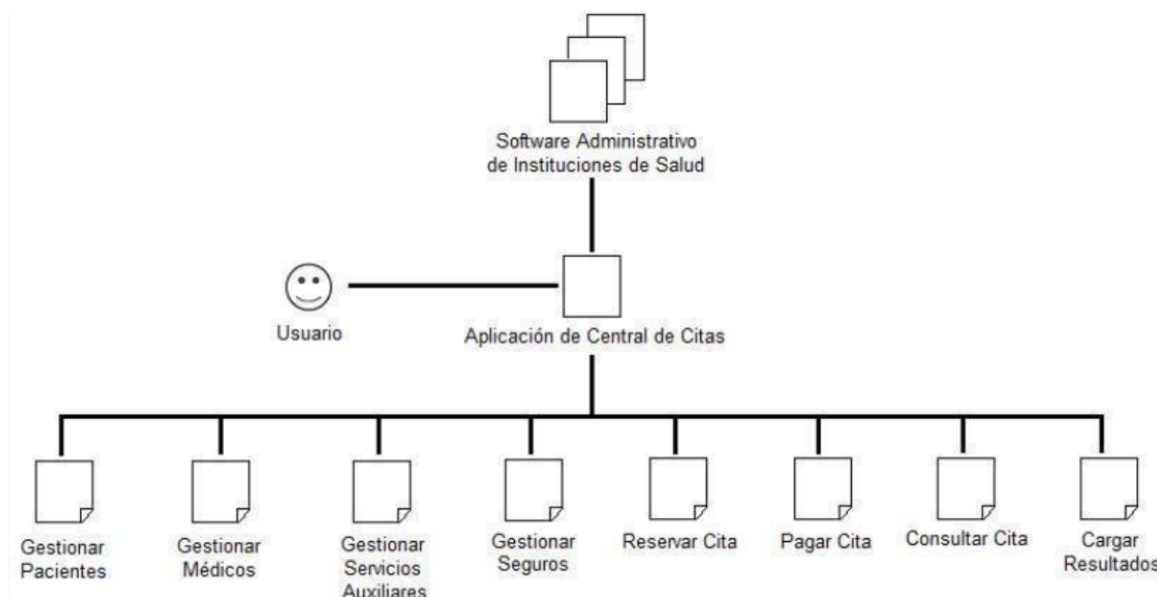


Modelo Objeto del Dominio: Un modelo de dominio define los objetos situados en el ámbito de la aplicación y las relaciones estables entre los mismos. Este modelo se representa a través de un diagrama de clases en UML. Un diagrama de clases ilustra las distintas clases que

forman un sistema y las conexiones entre ellas. Un paciente tiene la posibilidad de agendar una o varias citas médicas en línea para recibir tratamiento.

- Dependiendo del tipo de cita que solicite el paciente, un médico o un especialista de un servicio auxiliar puede atenderlas.
- Un médico puede tener varias disponibilidades para citas en línea.
- Los servicios auxiliares proporcionan diversos exámenes y estudios a los pacientes.
- Una persona responsable del pago tiene la opción de pagar por una o más citas médicas, ya sea para sí misma o para otro paciente.
- Un seguro puede cubrir el costo de una o más citas médicas, y a su vez, una cita puede ser financiada por uno o más seguros.
- En una caja, uno o varios encargados del pago tienen la capacidad de llevar a cabo el procedimiento de cancelación. Una caja puede ser operada por uno o más cajeros, y varios cajeros pueden gestionar una o más cajas simultáneamente.
- Un seguro puede ser propiedad de uno o varios contratantes, y cada uno puede tener uno o varios seguros.

Patrones de Interacción: Un patrón de interacción establece una reacción efectiva ante un problema común asociado a la interfaz de usuario, en un contexto particular. A continuación, se exponen los patrones de interacción de la aplicación para agendar citas médicas en línea.



Fase III: Prototipo

Prototipo Rápido: En base a las sugerencias, la investigación de sistemas y la creación de perfiles de usuario, se desarrollarán los esquemas de casos de uso, el modelo de objetos del dominio, prototipos en papel y esquemas de interacción para diseñar las diferentes secciones, módulos y características de la aplicación central de citas. En esta aplicación, es posible visualizar y elaborar un prototipo rápido de diversos componentes, tales como la gestión de pacientes, la asignación de médicos y servicios auxiliares, el análisis del calendario de citas, la elección de horarios de atención, la introducción de información para la cita, la impresión de la orden de servicio, entre otros.

Evaluación Heurística: Se considera la evaluación heurística como un método de revisión cuyo propósito es identificar problemas de usabilidad en el diseño de la Interfaz de Usuario, de manera que puedan ser abordados durante un proceso de diseño que se vuelve a repetir. Este tipo de evaluación puede llevarse a cabo por personas sin formación especializada, e incluso por usuarios representativos.

Se tomarán como criterios de evaluación las heurísticas de Nielsen (1990):

- H1: Diálogo natural y simple.
- H2: Hablar el lenguaje del usuario.
- H3: Minimizar la carga cognitiva.
- H4: Consistencia.
- H5: Feedback.
- H6: Proveer claramente las salidas.
- H7: Proveer shortcuts (atajo de teclado).
- H8: Mensajes de error descriptivos.
- H9: Prevención de errores.
- H10: Asistencia al usuario.

La escala usada para la valoración de los problemas fue el siguiente:

- 0: No es un problema de usabilidad.
- 1: Problema cosmético.
- 2: Problema menor.
- 3: Problema mayor de usabilidad; importante fijar solución.
- 4: Usabilidad catastrófica, imperativo fijar solución.

Cada participante recibirá un formulario y luego comenzará el análisis de la aplicación. La tabla a continuación presenta los problemas más destacados que se identificaron durante la evaluación.

Problema	Heurística	Valoración	Solución
La acción imprimir tiene problemas generando reportes en algunos formularios	H9	0	Ajustar las fuentes datos de los reportes
No muestra respuestas al usuario al realizar una acción	H5 y H8	4	Implementar mensajes que le indique al usuario el resultado de su acción
Error al colocar fechas no válidas en ciertos campos	H4	2	Validar los campos de fecha en los formularios
Desconocimiento de cupos disponibles en el calendario de citas	H10	1	Agregar disponibilidad de cupos a los días
Error al colocar texto en campos solo para números	H4	2	Validar los campos exclusivos para números
Permitir un pago mayor al monto establecido	H4 y H9	3	Validar que los montos a pagar en caja

Pensamiento en Voz Alta: Se realizará un estudio enfocado en un usuario que empleará el sistema, mientras se graba sus comentarios en voz alta. Este estudio será particularmente útil para detectar errores tanto en las funcionalidades de la aplicación como en su sencillez de manejo, ya

que los usuarios no estarán acostumbrados al sistema y suelen realizar acciones distintas a las que realiza el desarrollador.

Fase IV: Aspectos de Implementación

Se especifican las tecnologías, el programa que se aplicará y el ambiente laboral. Además, se presentan cuatro ejemplos de aplicación utilizada. Estos abarcan: la organización de una cita y su pago.

Plataforma de Desarrollo: Para crear la aplicación destinada a gestionar citas médicas en línea, se emplearán las herramientas y tecnologías que se mencionan a continuación:

- Microsoft Visual Studio 2022 y Visual Basic .NET
- Microsoft SQL Server
- Microsoft Visual SourceSafe
- Crystal Reports

Microsoft Visual Studio 2022 y Visual Basic .NET: Microsoft Visual Studio será el instrumento empleado como ambiente de desarrollo integrado (IDE), lo que simplificará la elaboración de una aplicación de escritorio que incluirá una solución. Clases: Aquí se presentan las diversas clases que se emplean durante todo el proyecto. Se clasifican en general y de interfaz.

- Controles: Los controles para manejar la aplicación están disponibles aquí.
- Formularios: Los formularios de la interfaz están organizados en carpetas por módulo, junto con el manejo de sus eventos.
- Imágenes: Las imágenes y los iconos que se utilizan en la aplicación están agrupados por módulos.

- Reportes: Los reportes generados por los procesos de la aplicación están organizados por módulos.
- Resources: Aquí se encuentran los recursos que se utilizan en la aplicación.
- XML: El archivo de configuración principal de la aplicación está en formato XML.

Microsoft Visual Studio opera en sistemas operativos Windows y facilita la creación de programas web ASP.NET, servicios web XML, programas para ordenadores y aplicaciones para dispositivos móviles: Ofrece herramientas que se pueden compartir y facilita la creación de soluciones en diversos lenguajes (Visual Basic y, actualmente, se han desarrollado extensiones para ampliar el abanico de opciones). Además, estos lenguajes hacen uso de las habilidades del Framework.NET, el cual proporciona acceso a tecnologías fundamentales para simplificar la elaboración de software.

Se elegirá Visual Basic.NET como lenguaje de programación. Este es un lenguaje de programación orientado a objetos que funciona en el entorno.NET, lo que facilitó la elaboración de la lógica de la aplicación y hizo la programación más eficiente gracias a las funcionalidades que ofrece.

Ambiente de Producción: El ambiente donde opera una aplicación se conoce como ambiente de producción. Este entorno abarca tanto herramientas de hardware como de software, y es en este lugar donde la aplicación se implementa para ejecutar de manera adecuada las actividades para las que fue creada. En resumen, es un uso apropiado. Para la realización de citas médicas en línea, el entorno de producción necesita, al menos, dos ordenadores: uno en el rol de cliente y otro en el de servidor.

El ordenador del usuario debe ser un equipo que funcione con el sistema operativo Windows. Adicionalmente, es necesario instalar los complementos requeridos para el uso de la herramienta de informes Crystal Reports, los cuales se suministran con el instalador de la app. Además, es imprescindible que el cliente cuente con acceso a una red para lograr una conexión con el servidor. El equipo del servidor también debe ser un equipo que funcione con el sistema operativo Windows. Es esencial que instale el controlador de bases de datos SQL Server y tenga conexión a la red para poder responder a las peticiones del cliente.

A pesar de que se han mencionado anteriormente las ventajas de las aplicaciones web, se decidirá usar una aplicación de escritorio que mantenga un modelo de dos capas por los beneficios que proporcionan, tales como un menor tiempo y gasto de desarrollo, aspectos clave para el proyecto. Se seleccionará un cliente de gran capacidad en vez de uno de menor capacidad para disminuir la carga en la red y gestionar correctamente la gran cantidad de tareas que varios usuarios llevarían a cabo en un servidor simultáneamente.



_Sistema Operativo Windows

_Sistema Operativo Windows

_Aplicación de citas médicas en línea

_Manejador de Base de Datos

_Componentes de Crystal Reports

Escenario: Reservación de una Cita: Para agendar una cita, primero se debe usar el menú en la parte superior de la aplicación, donde se encuentran las diferentes secciones, y elegir la alternativa para programar citas.



Cuando se selecciona la opción, se activa la pantalla de reserva que consta de varios componentes: una barra de acciones que se replicará en todas las pantallas, con las acciones disponibles en esta opción (Cerrar y Borrar Campos en este caso), un calendario del mes actual con botones para avanzar o retroceder del mes, y una serie de campos que funcionan como filtros para escoger citas médicas según los días de atención de cada médico o servicio.

Al elegir el día para la reserva de la cita, en este caso el 30 de septiembre de 2025, se despliega una nueva pantalla que muestra: los detalles de la reserva que comprenden la fecha, el tipo de cita, la especialidad y el médico responsable, el horario disponible para consultar las horas de ese día o el número de cupos disponibles (dependiendo de si el tratamiento del médico se organiza por cupos o por horarios), y una lista de espera que simplifica la reserva.

6.5. Factibilidad de la propuesta

Es crucial realizar la adquisición del modelador de procesos BizAgi para disminuir los tiempos de espera y atención a los clientes. Esto será posible ya que se disponen de los recursos financieros, económicos, humanos, materiales y bienes esenciales, disponibles en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.); además, su implementación permitirá que la sociedad sea consciente de la relevancia de estar al tanto de su cita médica y de su importancia.

La planificación se llevará a cabo desde agosto de 2025 hasta noviembre de 2025, un periodo que se establecerá estratégicamente en función de la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S.), el cual deberá ser respetado por el personal designado. En este periodo, se deberá

implementar un control y auditoría de la atención al cliente, lo que nos permitirá detectar los puntos débiles de la atención al cliente. Este paso es importante para comenzar con ideas claras al realizar la capacitación de atención al cliente a los colaboradores.

Dado que representan lo que la marca de la empresa promete al mercado externo, es imprescindible realizar la elección del profesional para realizar la formación. De esta manera, se elaborará el programa estableciendo las fechas, horarios y aspectos relevantes del evento. Estos se difundirán a través de una audaz campaña de comunicación utilizando la tecnología para transmitir con exactitud el objetivo de la capacitación y, a su vez, los beneficios.

REFERENCIAS

- Álvarez, Herrero et al. (2007). *Elementos que generan una innovación. Un estudio sobre la creación de valor a través de la innovación*. Madrid: Editorial XYZ.
- Arias. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme.
- Balestrini. (2001). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Panapo. Sexta edición.
- Bernal. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Ediciones Pearson. Tercera edición.
- Betz. (1997). *Gestión de la innovación tecnológica: ventaja competitiva frente al cambio*. New York: Editorial Johniley & Sons, Inc.
- Blayse y Manley. (1997). *Estrategias de la innovación*. Madrid: Genesa.
- Castro. (2001). *Ciencia, innovación y futuro*. La Habana: Ediciones especiales. Instituto cubano del libro.
- Cerda. (1996). *Ciencias del comportamiento*. Barcelona: Editorial McGraw Hill.
- Chavéz. (2004). *Introducción a la investigación educativa*. Maracaibo: Ediciones La Columna.
- Cuervo. (1999). *Cultura organizacional*. Mc Graw Hill.
- Ducker. (2002). *Estrategia de gestión de la tecnología*. Paris: Ediciones Futuribles.
- Duncan y Weis. (1979). *Aprendizaje organizacional: implicaciones para el diseño organizacional*. Jai Press.
- Escorsa, P. y Valls, J. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa: Dirección y gestión*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Franco. (2011). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Editorial Tesco.
- Fundación Cotec. (14 de abril de 2007). *Impulsando la innovación*. Obtenido de Innovación: <http://www.cotec.es>
- Gary Hamel. (2008). *El futuro de la gestión*. Business school press.
- Hidalgo, León et al. (2002). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Hurtado. (2006). *Paradigma y método de investigación en tiempo de cambio*. México: Editorial Limusa.
- Ivancevich. (1997). *Gestión: calidad y competitividad*. España: McGraw Hill.

- Kerlinger. (1987). *Investigación del comportamiento*. México: Ediciones McGraw Hill. Segunda edición.
- Klines. (1985). *La innovación no es un proceso lineal*. Gestión de la investigación: Julio - Agosto.
- Lawson y Samson. (2001). Desarrollo de la capacidad de innovación en las organizaciones: un enfoque de capacidades dinámicas. *Revista internacional de gestión de la innovación*, 13-18.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). *Developing innovation capability in organizations: A dynamic capabilities approach*. *International Journal of Innovation Management*.
- Loff, H. (2000). Gestionar como si el mañana importara. *Editorial revista Strategy & Business*.
- Maidique y Hayes. (1997). *Gestión estratégica de la tecnología e innovación*.
- Malhotra. (2004). *Investigación de mercados*. México: Edición quinta Edición.
- Manual de Frascati. (1993). *Guía para la recopilación y presentación de información sobre investigación y el desarrollo experimental*. Bogotá.
- Manual de Oslo. (2005). *Directrices para la recopilación e interpretación de datos sobre innovación*. 3ra. Edición. Paris: OECD/Eurostat.
- Markides. (1997). *Innovación estratégica*. Volumen 38. España: Editorial Sloan Management Review.
- Márquez. (2022). *Estrategias para la gestión de la innovación tecnológica durante el proceso de vinculación de las universidades públicas del departamento del Atlántico con el sector productivo*. Atlántico: Tesis de grado.
- Méndez. (2001). *Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá: Editorial McGrawHill.
- Michael Porter. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Nueva York: Ediciones Javier Vergara.
- Morin. (1985). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Ediciones Gedisa.
- Nava. (2021). *Administración de la innovación en las universidades del municipio Lagunillas en la Universidad Dr. Rafael Beloso Chacin*. Lagunillas: Trabajo de grado.
- Paredes L. (1999). *Factores incidentes en el comportamiento innovativo de empresas medianas*. Madrid: Ediciones Espacios Vol. 17.

- Parra. (2021). *Gestión de la innovación en la escuela de técnica industrial*. Zulia: Trabajo de grado.
- Pavón y Hidalgo. (1997). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*. España: Ediciones Piramide.
- Pelekais. (2005). *El ABC de la investigación*. Venezuela: Ediciones Astro Data, S.A.
- Rodríguez y Contreras. (2021). *Gestión de la innovación en las alcaldías de los municipios de la zona metropolitana del estado Táchira*. Táchira: Trabajo de grado.
- Rossetto. (1995). Calidad e innovación. *Un modelo conceptual de su interacción*, Volumen 6 N° 3.
- Saenz. (1999). *Ingenierización e innovación tecnológica. Tecnología y sociedad*. La Habana: Félix Varela.
- Schumpeter. (1983). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Cuarta Edición.
- Sherman. (1991). *Administración de Personal*. México: Cecsá.
- Sierra Bravo. (1992). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Editorial Paranifo.
- Velasco, Zaramillo y colaboradores. (17 de Octubre de 2007). *XX Congreso anual de AEDEM*. Obtenido de Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación: desde el modelo lineal hasta los sistemas de innovación: <http://dialnet.uniroja.es/servlet/articulo?codigo=2499438>
- Vidal. (2004). *La gestión del conocimiento como motor de la innovación: Lecciones de la industria de alta tecnología para la empresa*. Ediciones Universital Jaimee.
- Villalobos. (2006). *La innovación como elemento clave para el progreso en las naciones desarrolladas*. Madrid: Editorial XYZ.
- Villalobos, A. (2006). *La innovación como elemento clave para el progreso en las naciones desarrolladas*. Madrid: Editorial XYZ.

ANEXOS

Anexo 1.- Cuestionario Digital Aplicado a Clientes de GPS

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Apreciado usuario:

Usted ha sido seleccionado para responder este cuestionario el cual tiene como finalidad la recolección de información para presentar el trabajo de investigación titulado: **MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES). CASO: GESTIÓN EMPRESARIAL DE SALUD** un requisito para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Licenciado en Administración de Empresas.

La información que usted suministre es de carácter confidencial y anónimo, la cual será utilizada para fines académicos y de investigación.

Este instrumento consta de veintinueve (29) ítems, con alternativas de respuesta: Siempre (S), Casi Siempre (CS), Algunas Veces (AV), Casi Nunca (CN) y Nunca (N).

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada uno de los planteamientos antes de leer.

Seleccione la alternativa de su preferencia.

Responda todos los planteamientos con la mayor objetividad y sinceridad


En caso de duda, dirijase a los encuestadores.

Variable: Gestion de Innovacion. Dimension: Elementos de la Gestion de Innovacion y Tipos de Innovación							
Indicador	Items	Descripcion del Items	Alternativas				
			S	CS	AV	CN	N
Vigilancia del Entorno	1	¿Observa que GPS incorpora mejoras en el sistema de citas médicas en línea, basadas en servicio al cliente?					
	2	¿Percibe que GPS se adelanta a sus expectativas en cuanto a la gestión de citas médicas en línea?					
Focalización	3	¿Considera que las actualizaciones en el sistema de citas médicas en línea de GPS responden directamente a sus necesidades como paciente?					
	4	¿Percibe que GPS se adelanta a sus expectativas en cuanto a la gestión de citas médicas en línea?					
Capacitación	5	¿Diría que las herramientas de GPS para ofrecer un servicio son modernas que reflejan una constante mejora continua?					
	6	¿GPS aplica salud digital para que su experiencia con las citas en línea sea siempre innovadora?					
Implantación	7	¿Las innovaciones en GPS se implementan de manera fluida y se vuelven parte de su experiencia rápidamente?					
	8	¿GPS asegura de que las herramientas implementadas le sean claramente beneficiosas y fáciles de entender?					
Aprendizaje	9	¿Percibe que la empresa utiliza experiencias negativas para mejorar rápidamente?					
	10	¿GPS integra activamente sus sugerencias para evolucionar continuamente la experiencia de las citas médicas en línea?					
Innovación en Función del Grado de Novedad	11	¿Percibe que las mejoras, hacen que la experiencia sea más rápida y sencilla de lo que ya era?					
	12	¿Considera que GPS introduce funcionalidades en sus citas en línea que redefinen la interacción con los servicios de salud digital?					
Innovación en Función de su Naturaleza	13	¿Siente que las mejoras en el sistema de citas médicas en línea de GPS son útiles que resuelven sus necesidades?					
	14	¿Considera que las decisiones de GPS en cuanto a la innovación en citas médicas en línea se traducen en un impacto real en su experiencia?					
Variable: Gestion de Innovacion. Factores que Influyen en la Gestion de la Innovacion							
Demanda a la Innovación	15	¿GPS lanza nuevas funciones en las citas en línea que resuelven problemas que usted ha experimentado, sin haberlo comunicado?					
	16	¿Las citas médicas en línea de GPS abren nuevas formas de gestionar su salud que usted deseaba sin saberlo?					

Factibilidad Técnico Económica	17	¿Siente que las mejoras tecnológicas en el sistema de citas médicas en línea de GPS son modernas, prácticas, estables?					
	18	¿Las soluciones tecnológicas en GPS le dan la impresión de que han sido cuidadosamente evaluadas para ser sostenibles a largo plazo?					
Generación de Adaptaciones	19	¿Las innovaciones en GPS transforman sus herramientas para ser relevantes en un entorno de salud digital en constante cambio?					
	20	¿Las mejoras en GPS demuestran una capacidad para resolver problemas antiguos con soluciones nuevas?					
Cambios Tecnológicos	21	¿El sistema de citas médicas en línea de GPS evoluciona con las tecnologías modernas, haciendo mejor su experiencia?					
	22	¿GPS invierte a alto nivel con actualizaciones que mejoran la forma en que gestiona sus citas médicas en línea?					
Generación de Optimizaciones	23	¿GPS introduce nuevas funciones, para que la calidad de la experiencia con las citas en línea sea siempre superior?					
	24	¿Siente que la empresa realiza ajustes finos que, aunque pequeños, hacen una gran diferencia en la confiabilidad de uso del servicio?					
Generación de Procesos Gerenciales Productivos	25	¿Las mejoras en GPS son el resultado de una planificación que anticipa las necesidades de los usuarios?					
	26	¿Considera que el proceso completo de agendar una cita en GPS se siente más cohesionado?					
Proceso de Globalización Según el Manual de Oslo	27	¿GPS se esfuerza por ofrecerle una experiencia de cita médica en línea que compite con estándares internacionales?					
	28	¿Las mejoras en las citas médicas en línea de GPS se inspira en las mejores prácticas globales para reinventar sus servicios?					
Otros Factores	29	¿Las funcionalidades de las citas médicas en línea de GPS transmiten la idea de que la empresa está aprovechando oportunidades del entorno (como avances tecnológicos o nuevas formas de trabajar) para su beneficio?					

Anexo 2.- Validación del Instrumento

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Estimado: _____

Presente

Tengo el agrado de dirigirme a usted en su condición de experto, con el propósito de solicitar su valiosa colaboración para la validación del instrumento que anexo a la presente, el cual tiene por objeto obtener información necesaria para la realización del Trabajo de Grado titulado: **MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME). CASO: GESTIÓN EMPRESARIAL DE SALUD**, presentado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Licenciado en Administración de Empresas.

El objetivo de la investigación, es proponer un modelo de gestión de innovación que permita optimizar las citas médicas en línea en la empresa Gestión Profesional de Salud (G.P.S).

Sus respuestas pueden plasmarse en el formato de validación que se ha diseñado al efecto. Asimismo, le agradezco las observaciones o sugerencias que pueda hacer sobre el contenido del instrumento, las cuales serán tomadas en consideración para enriquecer y/o mejorar el mismo.

Atentamente

BR. Samuel David Matheus Delgadillo
BR. Jesús David La Riva García

TABLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Por favor lea cuidadosamente cada uno de los Items que contiene el instrumento, luego según criterio marque con una "X" en el formato la casilla correspondiente, suministrando si es necesario la información que soporte su opinión.

Fecha: _____

Nombre del Experto: _____

Aspectos a Evaluar:

Item	Claridad				Congruencia				Pertinencia				Observación
	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													
20													

A: Excelente

B: Bueno

C: Regular

D: Deficiente

Observaciones Generales:

Experto:

Apellidos y Nombres:

Firma:

Estudios realizados

Pregrado:

Especialización:

Maestría:

Doctorado:

Anexo 4.- Carta de aprobación del tutor

1

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutora del Trabajo de Grado: **MODELO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN PARA PYMES CASO: GESTIÓN EMPRESARIAL DE SALUD**, realizada por la Br. **Matheus Delgadillo, Samuel David**, titular de la cédula de identidad N° V- **Barrios Viloría, Michell Aurimar**, para optar por el título de **Licenciado en Administración de Empresas**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido ante la presentación pública y la evaluación por parte del jurado que se asigne.

Atentamente,



Lisbett Cabrera Pabón
C.I. 13.461.549

Fecha: 14 de julio de 2025



UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutora del Trabajo de Grado: **MODELO DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME). CASO: GESTIÓN EMP. DE SALUD** por la Br. **La Riva García, Jesús David**, titular de la cédula de identidad N° V-29.541.083, para optar por el título de **Licenciado en Administración de Empresas**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido ante la presentación pública y la evaluación por parte del jurado que se asigne.

Atentamente,

Lisbett Cabrera Pabón
C.I. 13.461.549

Fecha: 14 de julio de 2025