

Mercados y Negocios (1665-7039)

1665-7039 impreso

2594-0163 electrónico

Año 22, Núm. 44, julio-diciembre (2021)

Carta del editor

Mercados y Negocios ha renovado su imagen, estamos usando OJS 3 y el equipo editorial se ha centrado en los contenidos en línea, así como en la difusión de los artículos en distintos medios electrónicos. Esperamos puedan seguirnos en *Facebook* y en *LinkedIn*. También tenemos el placer de presentarles el número 44.

Este número está compuesto por cuatro artículos de investigación y una reseña bibliográfica que han sido sometidos al proceso de evaluación por pares. Aprovechamos para agradecer a los árbitros por su compromiso y dedicación; así como al Consejo de Redacción que contribuye a la calidad de los contenidos de cara a un mayor impacto de los trabajos publicados en *Mercados y Negocios*.

Estamos muy contentos de formar parte del Índice de revistas certificadas por REDALYC, Sistema de Información Científica. La tarea de transformación editorial no ha sido fácil, y en esta última etapa ha exigido modificar el flujo del proceso editorial. Esta transformación ha sido coronada con la oportunidad de, a través de *Marcalyc*, ofrecer al lector el contenido de los últimos años en diferentes formatos. Estos contenidos se pueden consultar en el sitio facilitado por *Redalyc*.

<https://www.redalyc.org/revista.oa?id=5718>

Speculation about the Future of Capitalism, fue escrito por Kamal Fatehi, y es el primer artículo de este número. El autor reflexiona sobre el futuro y lo desconocido que resulta. Aborda la discusión sobre la posibilidad de eventos futuros como un ejercicio que carece de evidencia que respalde el contenido de dicha discusión. Un argumento sin evidencia es mera conjetura y especulación. Sin embargo, en la especulación, se puede usar patrones de eventos existentes y pasados para sugerir la dirección de posibles asuntos futuros. Este artículo especula sobre los cambios futuros que puede sufrir el capitalismo. Al hacerlo, utiliza los desarrollos pasados y presentes de las ciencias y los valores cambiantes. Ofrece dos escenarios posibles. El primer escenario es optimista y el segundo no es muy optimista. Incluso se podría decir que es una predicción pesimista.

El segundo artículo ha sido escrito por Claudia Leticia Preciado Ortiz y se titula *Quality and Use of Mobile Applications for Transportation Service: Influence on Satisfaction*. En él se presentan los resultados de una investigación que tuvo como principal objetivo analizar los factores que influyen en la satisfacción y la intención de continuar con el uso de aplicaciones

móviles de transporte en los jóvenes universitarios de Guadalajara, Jalisco, México. El método fue cuantitativo.

La investigadora utilizó 144 respuestas válidas y el modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para probar el modelo. El software empleado fue *SmartPLS 3*. Los resultados indicaron que la calidad de diseño, la calidad de la información y la calidad del sistema son predictores influyentes en la satisfacción.

De acuerdo con las conclusiones de Preciado Ortiz, las empresas que ofrecen transporte individual de pasajeros mediante una *app* móvil han aumentado en los últimos años, generando una fuerte competencia tanto entre las marcas existentes como con los taxis tradicionales establecidos. Este segundo artículo aporta información nueva y reciente para los directores de *marketing* y académicos sobre el comportamiento del usuario de apps en la industria del transporte.

Creencias y actitudes del consumo religioso en jóvenes de Hidalgo, México, es el trabajo que ocupa el tercer espacio en *Mercados y Negocios*. Su autor es Omar Daniel Meneses Armenta. El objetivo del artículo es conocer qué creen y qué actitudes de consumo tienen los jóvenes frente a las organizaciones religiosas en el estado de Hidalgo, México. Meneses Armenta desarrolló una investigación descriptiva con una encuesta con escala de *Likert*, de intervalo y de proporción a 383 jóvenes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

2

El principal resultado al que llega el autor en esta investigación es que, dependiendo de la religión, los jóvenes tienden a tener mayor dedicación hacia la misma, y que las generaciones han creado cambios. La conclusión es que, a diferencia del catolicismo, los jóvenes de las otras religiones demuestran mayor enfoque, sin embargo, el cambio generacional afecta el interés por la religión de modo decreciente, afectando también el consumo por motivos religiosos. No solo en la religión, también en otros productos o servicios, la lealtad hacia la marca es frágil.

Manuela Badillo Gaona escribió *Investigación en la acción: propuesta de formación alternativa*, el cuarto trabajo. El objetivo de este artículo es analizar una propuesta de formación docente con perfil investigador, a fin de incidir en sus actividades de gestión, innovación y docencia. Badillo Gaona presenta un estudio cualitativo con base en la lógica, la crítica-dialéctica e investigación-acción. Los sujetos que colaboraron en la investigación fueron nueve docentes de los tres niveles educativos. La autora aplicó un cuestionario abierto, el procesamiento de datos fue heurístico-reflexivo y usó cuadros de análisis. Los resultados conducen al reconocimiento y consolidación de un Seminario Taller de Formación en y para la investigación y una propuesta de un Diplomado en la que se plasma la experiencia vivida.

La reseña *Negociación tridimensional*, es presentada por Renata Kubus. En esta se hace un análisis de la obra, mostrando la forma en que los autores logran su objetivo al transmitir al lector la importancia de considerar la negociación en tres dimensiones para alcanzar la transformación del escenario hacia situaciones que generen mayor valor para las partes involucradas.

Agradecemos a nuestros autores, lectores, a los miembros del Comité Científico, del Consejo de Redacción, y a la comunidad científica internacional por continuar confiando y apoyando este proyecto que se ha materializado en el número 44. Confiamos en superar los estándares de calidad que nos hemos impuesto y nunca quedarnos satisfechos con lo alcanzado.

Dr. José Sánchez Gutiérrez
Editor