

## **Indicadores para la medición del capital intelectual en las divisiones comerciales de la corporación Copextel S. A.**

*Indicators for the Measurement of Intellectual Capital in Commercial Divisions of Copextel S. A. Corporación*

Marusia Monagas Docasal<sup>1</sup>\* <https://orcid.org/0000-0002-1436-6172>

Maite Ramírez Beltrán<sup>2</sup> <https://orcid.org/0000-0002-0462-9987>

<sup>1</sup> Centro de Estudios de Técnicas de Dirección, Universidad de La Habana, Cuba.

<sup>2</sup> Copextel S. A, Cuba.

\* Autor para la correspondencia: [marusia.monagas@ceted.uh.cu](mailto:marusia.monagas@ceted.uh.cu)

### **RESUMEN**

El capital intelectual es el efecto de la sinergia de los conocimientos, la preponderancia de las ideas sobre las emociones y su manifestación se concreta en forma de estrategias, proyectos de calidad, enfoque de procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia y reconocimiento en la sociedad. El diagnóstico realizado en las divisiones comerciales de la Corporación Copextel S.A identifica insuficiente transmisión de conocimientos, desconocimiento de las normas y procedimientos establecidos y la no existencia de estrategias corporativas para la fidelización del cliente.

Se diseñan indicadores en tres grupos que responden a la identificación de elementos de capital intelectual que inciden en un desempeño superior del capital humano, en la mejora de los procesos de la organización y en la satisfacción del cliente.

**Palabras clave:** clientes, desempeño, estrategia.

### **ABSTRACT**

*Intellectual capital is the effect of the synergy of knowledge, the preponderance of ideas over emotions and its manifestation takes the form of strategies, quality projects, process approach,*

*discoveries, innovations, market presence and influence and recognition in society. The diagnosis made in the commercial divisions of the Copextel S. A Corporation identifies insufficient transmission of knowledge, lack of knowledge of established norms and procedures and the non-existence of corporate strategies for customer loyalty. Indicators are designed in three groups that respond to the identification of elements of intellectual capital that have an impact on the superior performance of human capital, on the improvement of organizational processes and on customer satisfaction.*

**Keywords:** *clients, performance, strategy.*

CÓDIGO JEL: M1

Recibido: 21/9/2020

Aceptado: 30/4/2021

## INTRODUCCIÓN

En el escenario actual, además de los activos tangibles, existe una tendencia creciente a valorar la importancia de los recursos intangibles, en especial las empresas de servicios, en las cuales la información y el conocimiento desempeñan un papel determinante para la generación de valor agregado.

Los factores tangibles tienen una manifestación inmediata y directa, material y palpable; y los intangibles no, aunque pueden llegar a traducirse, de manera mediata e indirecta, en palpables. Esta diferencia evaluativa viene dada, esencialmente, por la complejidad implicada en la medición de los intangibles y su subjetivismo (Cuesta, 2010).

El capital intelectual es entendido como la combinación holística de los activos intangibles que, pese a no estar reflejados en los estados contables tradicionales, generan valor o tienen potencial de generarlo en el futuro. Esto se traduce en ventajas competitivas y representa un factor esencial en la sustentabilidad de las organizaciones.

Las instituciones que se preocupan únicamente por la parte financiera e ignoran los valores ocultos no tienen oportunidad de sobrevivir a largo plazo. Sin embargo, las que se ocupan en desarrollar su capital

intelectual tienen mayores posibilidades de incrementar su margen de utilidad y ser financieramente eficaces en su desempeño económico (Edvinson y Malone, 2003).

La medida y gestión del capital intelectual no debe ser entendida como un fin en sí misma, sino como una herramienta más del proceso de creación de valor. Por esta razón se busca proponer acciones dirigidas a la mejoría de la gestión de la empresa, que contribuyan a la obtención de logros relacionados con el perfeccionamiento de los procesos. De ahí la importancia de poder conocer el capital intelectual con que cuentan las divisiones comerciales de la corporación Copextel S. A. El objetivo es llevarla a un escalón superior en cuanto a sus recursos humanos, sus procesos y su relación con factores externos.

## UN ACERCAMIENTO A LA CONCEPTUALIZACIÓN SOBRE CAPITAL INTELECTUAL

En la Tabla 1 se presentan los principales elementos que se consideran importantes en relación al capital intelectual en los últimos diez años.

**Tabla 1.** Elementos importantes relacionados con el concepto de capital intelectual

Autores	Conceptos
Bersia (2015) y Mendez (2007)	El conocimiento transformado en algo valioso para la empresa.
Monagas (2012)	Refleja activos menos tangibles, tales como la capacidad de una compañía para aprender y adaptarse a las nuevas tendencias de la economía de los mercados y de la administración con énfasis en la gestión del conocimiento. Sin embargo, puede ser considerado como activo intangible si es utilizado un método de medición fiable que garantice su revelación adecuada en los estados financieros.
Ruso (2011)	Es un conjunto de activos intangibles y aportaciones no materiales, es todo lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, sistemas de formación, presencia en el mercado e influencia y reconocimiento en la sociedad de una organización.
Tejeiro, Garcia-Alvarez y Mariz (2010)	Es en los recursos tangibles e intangibles donde se evidencia el conocimiento y la unión del capital humano y estructural. Puede tomar muy variadas formas en la empresa tanto internas como externas.

Se aprecia que el capital intelectual, en general, se refiere a recursos o activos intangibles que no están reflejados en los estados contables financieros tradicionales y que tienen carácter

estratégico. Son fuente de ventaja competitiva, pues son capaces de generar valor en el presente o en el futuro y muestran regularidades tales como:

- Siempre se asocia con el conocimiento.
- Se identifica con activos o recursos intangibles.
- Incluye factores humanos, estructurales, relacionales y su combinación.
- Se enfatiza en la vinculación del capital intelectual con la generación de valor.
- Expresa un proceso dinámico de acumulación de riqueza producto del conocimiento.
- Su identificación y gestión se relaciona con la efectividad de las organizaciones.

## **METODOLOGÍA**

Se valoran las condiciones de las divisiones comerciales para identificar elementos de capital intelectual. Además, se identifican cuatro variables a estudiar: desarrollo superior del capital humano, mejora de los procesos, satisfacción de los clientes y la relación con los proveedores.

Dentro de los métodos empíricos se utiliza:

- La encuesta con el cuestionario como herramienta: tiene como objetivo valorar las dimensiones de efectividad relacionadas con el capital intelectual, desempeño, habilidades y capacidades humanas, calidad de procesos, innovación, relaciones con proveedores y satisfacción de los consumidores.
- La entrevista: se busca información sobre la participación de los trabajadores en la solución de dificultades y se explora acerca de la comercialización de productos y servicios que se brindan y los problemas que afectan la satisfacción del cliente.
- El análisis documental: se hace con el objetivo de realizar la caracterización de la organización.

# **RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO DE LA MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL DE LA CORPORACIÓN COPEXTEL S. A**

Los instrumentos aplicados muestran los resultados siguientes:

- Es considerado por parte del personal con más de diez años en la empresa que no se fomenta el trabajo en equipo.
- No se estima que la organización valore la creatividad de los empleados.
- No son elevados los niveles de compromiso hacia la organización por parte de los trabajadores.
- Se piensa que existe apertura al cambio, pero el rango de indecisión y el desacuerdo es alto.
- Se fomenta la capacitación de los trabajadores y existe participación activa en los cursos ofrecidos. Se aplican de forma óptima los conocimientos adquiridos en estos, aunque las investigadoras no están completamente de acuerdo con el resultado, pues existen cursos para certificaciones en tecnologías cuyo nivel de asistencia no es favorable y el de aprobados en los exámenes no es el deseado, por lo que se pierden oportunidades de personal calificado y en disposición de transferir conocimientos.
- Existe un porcentaje significativo que considera que, al contratar el personal, no se busca capacidad de análisis. Sin embargo, los resultados indican la presencia de un gran número de trabajadores que posee la capacidad de resolución de problemas y que reconoce la importancia para la organización de que los empleados cuenten con iniciativas y espíritu emprendedor, lo cual resulta contradictorio.
- Se denota que las experiencias positivas y negativas en la medición y gestión del capital intelectual son una fuente de aprendizaje y que las buenas prácticas son compartidas. Se nota que la fuente fundamental de estos saberes compartidos para el mejor desempeño de la institución no es fomentada por la organización, ya que no se crean foros con estos fines, además de no contar con una plataforma

tecnológica que realmente se pueda usar para consultar catálogos, soluciones tecnológicas, normativas técnicas y otros temas de interés.

- Se está de acuerdo en que se promueve continuamente la búsqueda de solución de problemas y mejora entre los procesos en la organización.
- Existen manuales que describen los procesos y puestos de trabajo al alcance de todos, pero se demuestra con los resultados que no todo el personal los conoce. Esto propicia no tener un buen desempeño laboral, pues no se cumple con las normas y procedimientos establecidos por la organización.
- Hay resultados significativos que muestran que la organización no se preocupa por invertir en sistemas para acelerar el flujo de conocimientos, lo cual es un riesgo, pues una empresa de tecnología debe tener claro que la actualización tecnológica a nivel mundial constituye una ventaja competitiva en el mercado interno y externo.
- Es contradictorio el hecho de que la organización cuente con una dirección de un sitio web para mantener informados a sus clientes que es inutilizable porque siempre se encuentra en mantenimiento.
- No existe conocimiento por gran parte de los funcionarios de las acciones que se realizan para retener a los clientes y de los mecanismos con que cuenta la organización para la recogida de sus opiniones acerca de los productos y servicios que ofrece, lo que influye directamente en la mejora de procesos.
- No se tiene pleno conocimiento de los competidores ni de las acciones que realizan, por lo que no se trazan estrategias de colaboración. Esto puede provocar que exista pérdida de negocios debido a no unificar la fuerza laboral y los conocimientos en la ejecución de grandes proyectos, lo cual sería un posible paso a contratación de mano de obra extranjera.
- Se observa que existen relaciones sólidas con los proveedores, aunque un porcentaje importante de la muestra está en desacuerdo e indecisa ante la posibilidad de dar respuesta a las necesidades del mercado.
- Existe preocupación en establecer alianzas estratégicas o acuerdos de negocios con los proveedores por parte de la organización, lo cual ayuda a lograr precios preferenciales, capacitaciones en fábricas, participación de conjunto en negocios de exportación u otras variantes de negocios.

## **DEFINICIÓN DE INDICADORES DE MEDICIÓN DE CAPITAL INTELLECTUAL PARA LAS DIVISIONES COMERCIALES**

Para realizar la medición del capital intelectual se toman como referencia los indicadores contenidos en el procedimiento de empresas (Monagas, 2012) y se adecuan con la participación de un grupo de especialistas de las divisiones comerciales. Con este personal se llevan a cabo talleres para rediseñar los indicadores en función de los requerimientos de las divisiones comerciales. Se crean indicadores en tres grupos que responden a la identificación de los elementos de capital intelectual que inciden en un desempeño superior del capital humano, en la mejora de los procesos de la organización y en la satisfacción del cliente.

### **Indicadores relacionados con el grupo cliente**

Los indicadores relacionados con el grupo cliente son:

1. Participación en el mercado: total de ventas de las gerencias con respecto a la venta total. Este indicador expresa el nivel de aceptación del servicio en el mercado en relación con la competencia, los expertos sugieren medir en correspondencia con el entorno competitivo de cada empresa (Ecuación 1).

$$\text{Participación en el mercado} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Ventas en el mercado}} \quad (1)$$

2. Número de clientes: cantidad de clientes atendidos en el transcurso de un año. Se propone que se tengan en cuenta todos los consumidores que hacen uso de los servicios que brinda la organización, no solo los de ventas de mercancías, sino también los servicios de instalación, montaje y puesta en marcha (Ecuación 2).

$$\text{No. Clientes} = \text{Cant. de clientes servicios} + \text{Cant. de clientes de bienes} \quad (2)$$

3. Ventas anuales / cliente: cociente entre los ingresos totales y el número de clientes de un período. Se deben considerar todos los clientes (Ecuación 3).

$$\text{Ventas Anuales X Cliente} = \text{Ingresos} \frac{\text{Totales}}{\text{No. clientes anual}} \quad (3)$$

4. Clientes perdidos: cantidad de clientes que no visitan de nuevo la instalación. Es muy importante identificar los clientes que no regresan. Este indicador tiene como objetivo llamar la atención de las causas que puedan originar su crecimiento.
5. Cantidad de clientes repitentes: consumidores que visitan más de una vez en un período de un año. Este indicador refleja la fidelidad de los clientes, dato relevante para la empresa. No siempre la causa de no repitencia reside en la existencia de experiencias indeseadas o negativas, sino que median otras motivaciones como el no financiamiento. Conocer siempre los motivos sería una útil herramienta de retroalimentación que pudiera ser utilizada para muchos fines, entre ellos la búsqueda de la excelencia.
6. Tiempo medio entre contacto con cliente y satisfacción de la necesidad: este indicador debe ser analizado en todas las áreas de contacto con el cliente. No se trata de dar servicio rápido y con mala calidad, sino de enfatizar el término de «satisfacción de la necesidad» del consumidor. Se advierte la utilización de este indicador para perfeccionar la gestión de la organización en función de la mejoría del servicio y la satisfacción de las personas.
7. Índice de satisfacción de clientes: es un indicador que se utiliza actualmente para orientar la gestión del proceso de ventas y lograr el incremento de estas. La dirección de la empresa debe utilizar la medición de la satisfacción del cliente como una herramienta vital. El proceso para solicitar, medir y seguir la retroalimentación de esta debe proporcionar información en forma continua. Se debe tener en cuenta la conformidad con los requisitos, el cumplimiento de las necesidades y expectativas, así como el precio y la entrega del producto. Además, es necesario establecer y utilizar fuentes de información de satisfacción y cooperación con los clientes con el fin de anticipar necesidades futuras. Por otro lado, se precisa planificar y establecer procesos para escuchar la voz del consumidor de manera eficaz y eficiente, que permitan recopilar y procesar la información, tales como quejas y sugerencias, comunicación directa, cuestionarios y encuestas, recolección y análisis de datos subcontratados, grupos de discusión, informes de organizaciones de consumidores y de varios estudios de sector e industria.

### **Indicadores relacionados con el grupo de procesos**

Los indicadores relacionados con el grupo de procesos son:

1. Contratos registrados sin errores / total contratos firmados: cantidad de contratos que no tienen errores que puedan afectar su desarrollo exitoso. Este indicador permite alertar a la dirección de la empresa sobre las insuficiencias del desempeño de los trabajadores, lo que puede estar vinculado a faltas en el diseño y cumplimiento de los programas individuales de capacitación y a la necesidad de perfeccionar el control, sobre la base de la calidad, en la elaboración de las tareas por parte de los trabajadores.
2. Capacidad de utilización de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) / trabajador: cantidad de trabajadores que utilizan las NTIC en función de la mejoría de la empresa. Debe existir una marcada tendencia, como política de la institución, a su progresiva introducción. Sin embargo, es necesario estar pendientes de cómo se está comportando la utilización de la tecnología adquirida, es decir, si se advierten resultados en la inversión realizada en esta.
3. Rendimiento de calidad empresarial: cantidad de certificaciones otorgadas a la empresa en reconocimiento al sistema de gestión de la calidad, tales como premios de calidad provincial, nacional e internacionales.

### **Indicadores relacionados con el grupo de renovación y desarrollo**

A continuación se mencionan los indicadores relacionados con el grupo de renovación y desarrollo:

1. Participación en horas de formación y desarrollo planificadas: cantidad de horas dedicadas a la capacitación con respecto a las planificadas. En la Norma Cubana (Oficina Nacional de Normalización [ONN], 2007) se refieren elementos que definen a la capacitación como un conjunto de acciones de preparación continuas y planificadas. Estas son concebidas como una inversión, desarrolladas por las organizaciones y dirigidas a mejorar las competencias de los trabajadores para cumplir las funciones del cargo, asegurar su desempeño exitoso y alcanzar los máximos resultados productivos o de servicios. Igualmente, en la Norma Cubana NC 3001:2007 (ONN, 2007) se define la necesidad de que la organización identifique los indicadores que permitan evaluar el impacto y la eficacia de las diferentes acciones de capacitación y desarrollo que se

ejecutan y que realicen las evaluaciones sistemáticas del impacto de dichas acciones. Este indicador puede resultar de utilidad para medir la efectividad de la capacitación.

2. Oportunidades de mejora: cantidad de acciones que significan oportunidades de mejora y desarrollo para la empresa que fueron aprovechadas. La capacidad de la empresa para identificar sus oportunidades de desarrollo no debe quedar en la etapa de diagnóstico, sino que es importante su sistemático aprovechamiento.
3. Gasto en formación de competencias / trabajador: cociente entre los gastos relacionados con la capacitación con respecto al total de trabajadores. En la Norma Cubana NC 3001:2007 (ONN, 2007) se refiere que la alta dirección debe garantizar la ejecución de las acciones de capacitación y desarrollo incluidas en el plan de la organización y asegurar el capital humano y los recursos materiales y financieros necesarios para la actividad. Este indicador está destinado a valorar la inversión en recursos económicos en función de la capacitación y desarrollo de los trabajadores.
4. Proporción de trabajadores menores de 40 años: cantidad de trabajadores con menos de 40 años con respecto al total de trabajadores. Algunos expertos consideran que más allá del proceso de selección de personal o el número de años de experiencia en el servicio, para medir la aptitud deberían utilizarse indicadores que revelen la adecuación del empleado al puesto de trabajo, así como indicadores que midan desviaciones al equilibrio óptimo entre veteranía y juventud. Es innegable, en la era moderna, la ventaja relativa de la edad sobre la experiencia. Sin embargo, Edvinson y Malone (2003) opinan que este índice ofrece un vistazo a la capacidad de la empresa para mantener sus actuales niveles de energía e intensidad, así como para avanzar hacia el futuro sin perder su carácter y filosofía operativa por desgaste. Los mismos autores continúan destacando que es importante observar que esta medida también señala a la dirección contraria: una empresa demasiado recargada de jóvenes inexpertos tal vez carezca de la perspectiva de los veteranos y de la continuidad de filosofía operativa necesarias para construir y mantener una empresa de larga vida.
5. Recursos de investigación y desarrollo / recursos totales: cantidad gastos en investigación y desarrollo con respecto a los gastos totales. La capacidad de innovación de la organización, su creatividad, es un valor que ha de canalizarse para conseguir los objetivos de la entidad.

6. Proporción de nuevos productos (de menos de dos años) respecto a la familia total de productos de la empresa: cociente entre los nuevos productos y el total de productos de la empresa. Este indicador valora la capacidad intelectual de la empresa en la creación, cada año, de nuevos productos o servicios en función de la mejora y el desarrollo de la organización.

### **Indicadores relacionados con el enfoque de recursos humanos**

Los indicadores relacionados con el enfoque de recursos humanos son:

Índice de dirección: cantidad de directivos con preparación acorde al cargo que desempeñan con respecto al total de directivos. La empresa debe ser guiada por líderes con capacidad y preparación para enfrentar los retos que el desarrollo impone. Resulta de utilidad la medición de la preparación del equipo de dirección.

Índice de trabajadores satisfechos: cantidad de trabajadores satisfechos con respecto al total de trabajadores. En la Norma Cubana NC 3001:2007 (ONN, 2007) se refiere que la alta dirección deberá evaluar sistemáticamente la efectividad de los sistemas de estimulación moral y material, a partir de verificar el comportamiento del clima laboral y los resultados productivos y de servicios de la organización. Este indicador debe ser medido y analizado de manera sistemática.

Trabajadores claves: cantidad de trabajadores que tienen significación especial para la empresa por su pericia y experiencia con respecto al total de trabajadores. Este indicador convoca a los directivos a identificar a los empleados con capacidad de desempeño y desarrollo que se convierten en claves para el cumplimiento de los objetivos. La información obtenida permite tomar medidas para garantizar la estabilidad de estos y lograr su desarrollo en función de la mejora de la empresa.

Fluctuación de trabajadores: cantidad de trabajadores que causan baja de la empresa con respecto al total de trabajadores. Formar al personal adecuado es uno de los principales retos para cualquier institución, sin embargo, en los últimos años, se presenta otro desafío: el riesgo que implica la fuga de talentos. Los empresarios no solo tendrán que enfrentarse al reto de la fidelidad de los clientes, sino también del personal que brinda el servicio en el sector. No siempre el motivo de la partida de un trabajador es por causas internas de la empresa, sino que también puede estar asociada a la aparición de mejores oportunidades de desarrollo en otras organizaciones o, incluso, a la ampliación de las posibilidades del trabajo no estatal.

Promedio de años de servicio en la empresa: cociente entre la suma de los años de servicio de los trabajadores. Este indicador brinda información que debe ser analizada en función de aprovechar la cantidad de años de servicio de los trabajadores y tomar medidas para lograr su aumento.

Proporción de mujeres directivas: cantidad de mujeres que desempeñan funciones de dirección con respecto al total de directivos. El liderazgo de las mujeres ha sido uno de las revelaciones del escenario empresarial. Han ocurrido cambios paradigmáticos que van de la jerarquía al liderazgo, de la sumisión al cuestionamiento, de la subordinación a la colaboración. Además, se ha reconocido la importancia del conocimiento y la experiencia de las féminas como factores competitivos. En efecto, es evidente que, en igualdad de condiciones, no hay mayor diferencia entre hombres y mujeres en el campo laboral.

Promedio de edad de los trabajadores: cociente entre la suma de las edades de los trabajadores. Es una cuestión a valorar en cada empresa el hecho de la ventaja relativa de la edad de los trabajadores sobre la experiencia laboral acumulada cuando, en la actualidad, la velocidad de aprendizaje y el desaprender para volver a aprender son factores que no se pueden desconocer.

## CONCLUSIONES

Se valora que la identificación de elementos para la gestión del capital intelectual contribuye a la relación efectiva entre los recursos, la producción y la satisfacción del cliente. Además, como resultado de esta investigación, se advierte insuficiente transmisión de saberes, desconocimiento de las normas y procedimientos establecidos y la no existencia de estrategias corporativas para la fidelización del cliente. Se diseñan, entonces, indicadores en tres grupos que responden a la identificación de elementos de capital intelectual que inciden en el desempeño superior del capital humano, en la mejora de los procesos de la organización y en la satisfacción del cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bersía, P. B. (2015). *Modelos de gestión del capital intelectual para el sector público*. Recuperado el 9 de septiembre de 2020 de [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num.php?explnum\\_id=1150](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1150).

- Cuesta, A. (2010). *Tecnología de gestión de recursos humanos* (3.<sup>ra</sup> ed.). Editorial Félix Varela.
- Edvinson, L., y Malone, M. (2003). *El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*. Gestión 2000.
- Mendez, F. (2007). *Propuesta de un modelo para desarrollar el capital intelectual en las microempresas de México* (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales (CIECAS). Recuperado el 17 de septiembre de 2020 de <https://tesis.ipn.mx/handle/123456789/14467>
- Monagas, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial, XXXIII* (2), 142-150. Recuperado el 11 de agosto 2020 de <http://scielo.sld.cu/pdf/rri/v33n2/rri06212.pdf>
- Oficina Nacional de Normalización (ONN). (2007). *Sistema de Gestión Integrada de Capital Humano. Requisitos NC 3001. Norma Cubana*. Recuperado el 15 de agosto de 2020 de <https://pdfslide.tips/documents/nc-3001-sistema-de-gestion-integrada-de-capital-humano-requisitos.html>.
- Ruso, F. (2011). Valoración y medición del capital intelectual. *Cofin Habana 3* (8). Recuperado el 11 de octubre de 2020 de <https://www.cofinhab.uh.cu/index.php/RCCF/issue/view/3>
- Teijeiro, M., García-Álvarez, M., y Mariz, M. (2010). La gestión del capital humano en el marco de la teoría del capital intelectual: una guía de indicadores. *Economía industrial*, (378), 45-57. Recuperado el 11 de noviembre de 2020 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3405054>

### **Conflictos de intereses**

Las autoras declaran que no existen conflictos de intereses.

### **Contribución de los autores**

Marusia Monagas: se encargó de la revisión teórica, el diseño de instrumentos y la aplicación práctica al objeto de estudio.

Maite Ramírez: desarrolló la aplicación práctica del objeto de la investigación.