

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo
y marketing, efectividad en la Mypes, Cantón Babahoyo, Los
Ríos, Ecuador, 2020**

TESIS

Para optar al grado de Doctora en Planificación Pública y Privada

Autora: Encalada Tenorio, Georgina Janeth

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo
y marketing, efectividad en la Mypes, Cantón Babahoyo, Los
Ríos, Ecuador, 2020**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Dante Enrique Rodríguez Ruiz (Presidente)

Dr. John Piero Dios Valladolid (Secretario)

Dr. José Viterbo Álamo Barreto (Vocal)

Tumbes, 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo
y marketing, efectividad en la Mypes, Cantón Babahoyo, Los
Ríos, Ecuador, 2020**

**Los suscritos declaramos que el Informe de tesis es original en su
contenido y forma:**

Mg. Encalada Tenorio, Georgina Janeth (Autora) _____

ORCID: 0000-0002-8081-7330

Dr. Merino Velásquez, Jesús (Asesor) _____

ORCID: 0000-0003-3301-4487

Dr. Reyes Víctor Manuel (Co-Asesor) _____

ORCID: 0000-0002-8336-0444

Tumbes, 2023



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
Licenciada
Resolución del Consejo Directivo N° 155-2019-SUNEDU/CD
ESCUELA DE POSGRADO
Tumbes – Perú

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

En Tumbes, siendo las diecisiete horas del día quince de febrero del dos mil veinte y tres, se reunieron mediante la modalidad virtual por la plataforma ZOOM, los miembros del jurado conformado con la Resolución N°0078-2022/UNTUMBES-EPG-D, del 09 de febrero del 2022: Dr. Dante Enrique Rodríguez Ruiz (presidente), Dr. John Piero Dios Valladolid (secretario), Dr. José Viterbo Álamo Barreto (vocal), para proceder al acto de sustentación y defensa de la tesis titulada: DISEÑO DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO FINANCIERO, ADMINISTRATIVO Y MARKETING, EFECTIVIDAD EN LA MYPES, CANTÓN BABAHOYO, LOS RÍOS, ECUADOR 2020 presentada por la doctorante GEORGINA JANETH ENCALADA TENORIO, para optar el grado académico de doctor en Planificación Pública y Privada.

Actuó en la condición de asesor, el Dr. Jesús Merino Velásquez

Concluido el acto de sustentación y defensa, absueltas las preguntas formuladas y efectuadas las correspondientes observaciones, el jurado calificador decidió declarar: APROBADA la tesis, por unanimidad con el calificativo de BUENO, en conformidad con lo normado en el artículo 91. del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las dieciséis y quince horas, se dio por concluido el indicado acto académico y en expresión de conformidad se procedió a la suscripción de la presente acta.

Tumbes, 15 de febrero de 2023.

Dr. DANTE ENRIQUE RODRÍGUEZ RUIZ
DNI N° 00217060
ORCID N° 0000-0002-0885-5201
PRESIDENTE

Dr. JOHN PIERO DIOS VALLADOLID
DNI N° 00227337
ORCID N°
SECRETARIO

Dr. JOSÉ VITERBO ÁLAMO BARRETO
DNI N° 41057014
ORCID N° 0000-0003-4459-1765
VOCAL

Dr. JESÚS MERINO VELASQUEZ
DNI N° 00240035
ORCID N° 0000-0003-3301-4487
ASESOR

C.c. Jurado de Tesis (3), Asesor (1), sustentante (1), UI (2)

Diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing, efectividad en la Mypes, Cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020

por Encalada Tenorio Georgina Janeth



Fecha de entrega: 16-feb-2023 07:18a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2015601735

Nombre del archivo: TESIS_ENCALADA_GEORGINA.docx (1.63M)

Total de palabras: 25459

Total de caracteres: 141851

Dr. Adm. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000 – 0003- 3301 - 4487
Docente - Asesor

Diseño de la gestión del conocimiento financiero,
administrativo y marketing, efectividad en la Mypes, Cantón
Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|---|---------------|
| 1 | www.researchgate.net Fuente de Internet | 6% |
| 2 | repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet | 3% |
| 3 | hdl.handle.net Fuente de Internet | 1% |
| 4 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 5 | es.slideshare.net Fuente de Internet | 1% |
| 6 | cesarrc1995.wordpress.com Fuente de Internet | 1% |
| 7 | www.coursehero.com Fuente de Internet | 1% |
| 8 | repositorio.utmachala.edu.ec Fuente de Internet | <1% |

JMV
Dr. Adm. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000 – 0003- 3301 - 4487
Docente - Asesor

| | | |
|----|--|------|
| 9 | es.m.wikipedia.org Fuente de Internet | <1 % |
| 10 | www.revistalatinacs.org Fuente de Internet | <1 % |
| 11 | getquipu.com Fuente de Internet | <1 % |
| 12 | dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 13 | revistas.unipamplona.edu.co Fuente de Internet | <1 % |
| 14 | www.uab.cat Fuente de Internet | <1 % |
| 15 | repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 16 | scielo.senescyt.gob.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 17 | ecotec.edu.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 18 | www.dykinson.com Fuente de Internet | <1 % |
| 19 | conceptosbasicosfinanzas.blogspot.com Fuente de Internet | <1 % |
| 20 | www.infocontable.co Fuente de Internet | <1 % |


 Dr. Adm. Jesús Merino Velásquez
 ORCID: 0000 – 0003- 3301 - 4487
 Docente - Asesor

| | | |
|----|--|------|
| 21 | repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet | <1 % |
| 22 | repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 23 | www.ub.edu Fuente de Internet | <1 % |
| 24 | ri-ng.uaq.mx Fuente de Internet | <1 % |
| 25 | uvadoc.uva.es Fuente de Internet | <1 % |
| 26 | Julia Murzina, Natália Turčeková, Elena Mensh, Joanna Nakonieczny. "Family business and business dynasties: A case study of Russia", <i>Journal of International Studies</i> , 2018 Publicación | <1 % |
| 27 | redc.revistas.csic.es Fuente de Internet | <1 % |
| 28 | repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 29 | repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 30 | repositorio.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 31 | www.ec.gba.gov.ar Fuente de Internet | <1 % |

Dr. Adm. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000 – 0003- 3301 - 4487
Docente - Asesor

| | | |
|----|--|------|
| 32 | cathi.uacj.mx Fuente de Internet | <1 % |
| 33 | docplayer.es Fuente de Internet | <1 % |
| 34 | www.slideshare.net Fuente de Internet | <1 % |
| 35 | www.iccat.int Fuente de Internet | <1 % |
| 36 | www.theibfr.com Fuente de Internet | <1 % |
| 37 | www.urban Spoon.com Fuente de Internet | <1 % |
| 38 | dokumen.pub Fuente de Internet | <1 % |
| 39 | patents.google.com Fuente de Internet | <1 % |
| 40 | repositorio.unicartagena.edu.co Fuente de Internet | <1 % |
| 41 | repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 42 | indteca.com Fuente de Internet | <1 % |
| 43 | moam.info Fuente de Internet | <1 % |



Dr. Adm. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000 – 0003- 3301 - 4487
Docente - Asesor

| | | |
|----|--|------|
| 44 | repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet | <1 % |
| 45 | repository.unimilitar.edu.co Fuente de Internet | <1 % |
| 46 | revistas.ult.edu.cu Fuente de Internet | <1 % |
| 47 | es.scribd.com Fuente de Internet | <1 % |
| 48 | issuu.com Fuente de Internet | <1 % |
| 49 | somoshalcones.com Fuente de Internet | <1 % |
| 50 | cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 51 | repositorio.unaj.edu.pe:8080 Fuente de Internet | <1 % |



Dr. Adm. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000 – 0003- 3301 - 4487
Docente - Asesor

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

*A Dios, por ser Él quien me da fuerzas y valor
para seguir adelante,*

*A mi Mamá Juana Tenorio especialmente por
enseñarme a no desfallecer ante las dificultades.*

*A mí amado Esposo, hijos y familiares
por el tiempo y apoyo que brindaron,*

*A mis amigos en especial a mi amiga Ivonne Gómez por su
compañía en el trayecto de esta etapa estudiantil y a mi
coasesor Dr. Víctor Reyes por brindarme su tiempo y ayuda
en este proceso de elaboración de tesis, por siempre
apoyarme y me darme ánimo para continuar.*

A todos gracias.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Nacional de Tumbes, al Programa de Doctorado de Planificación Pública y Privada por brindarme un cuerpo directivo, administrativo y docente que brinda todo su conocimiento y experiencias necesarios para mi formación como profesional.

A mi asesor Dr. Jesús Merino y todos los docentes del programa Doctoral de la Universidad Nacional de Tumbes los cuales me brindaron sus conocimientos y experiencias dedicándonos gran parte de su tiempo para elaborar el trabajo, y a todos los que me ayudaron y permitieron culminar con éxito esta etapa doctoral.

INDICE GENERAL

| | Página |
|---|-------------------------------|
| RESUMEN | XVIII |
| ABSTRACT..... | XIX |
| RESUMO..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| CAPÍTULO I..... | 20 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 20 |
| CAPÍTULO II..... | 35 |
| 2. ESTADO DEL ARTE | 35 |
| 2.1. Antecedentes | 35 |
| 2.2. Bases teórico-científicas..... | 38 |
| a. Definición de Términos | 61 |
| CAPÍTULO III..... | 62 |
| 3. MATERIALES Y MÉTODOS | 62 |
| 3.2. Población, muestra y muestreo..... | 65 |
| 3.4.1. Fase analítica descriptiva | 69 |
| 3.4.2. Fase de contraste de hipótesis | 69 |
| 3.4.3. Fase de diseño de la propuesta | 69 |
| CAPÍTULO IV..... | 70 |
| 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 70 |
| 4.1. Resultados..... | 70 |
| 4.2. Discusión..... | 85 |
| CAPÍTULO V..... | 90 |
| 5. CONCLUSIONES | 90 |
| CAPÍTULO VI..... | 92 |
| 6. RECOMENDACIONES..... | 92 |
| CAPÍTULO VII..... | 94 |

| | |
|--|------------|
| 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 94 |
| ANEXOS VIII..... | 106 |
| 8. ANEXOS..... | 106 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Población y muestra: Estudio relacional causal. | 66 |
| Tabla 2: Población MYPES: Estudio analítico-comparativo. | 66 |
| Tabla 3: Confiabilidad Alfa de Cronbach. | 68 |
| Tabla 4: Interpretación del Coeficiente Alpha de Cronbach. | 68 |
| Tabla 5: Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing y Efectividad en las Mypes. | 70 |
| Tabla 6: Correlación Rho Spearman de las variables: Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing y Efectividad en las Mypes | 71 |
| Tabla 7: Resultados del objetivo específico 1 | 72 |
| Tabla 8: Correlación entre el conocimiento financiero y la Efectividad en las Mypes. | 73 |
| Tabla 9: Resultados del objetivo específico 2 | 74 |
| Tabla 10: Correlación entre la gestión del conocimiento administrativo y la Efectividad en las Mypes. | 74 |
| Tabla 11: Resultados del objetivo específico 3 | 75 |
| Tabla 12: Correlación entre el diseño de la gestión del conocimiento de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes. | 76 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Etapas del proceso de gestión del conocimiento. | 40 |
| Figura 2: Histogramas para los ratios financieros de rentabilidad ROE y ROA.... | 77 |
| Figura 3: Distribuciones de frecuencias para los ratios financieros de rentabilidad ROE y ROA. | 79 |
| Figura 4: Contraste de hipótesis entre Mypes Medianas y Pequeñas con base en los ratios financieros de rentabilidad ROE y ROA. | 80 |
| Figura 5: Procesos para la estructura de las líneas temáticas. Elaboración propia. | 83 |

INDICE DE ANEXOS

| | Página |
|--|---------------|
| Anexo 2: Matriz de consistencia..... | 107 |
| Anexo 3: Matriz de Operacionalización | 109 |
| Anexo 4: Instrumentos de recolección de información | 111 |
| Anexo 5: Alfa de Cronbach - Gerentes..... | 113 |
| Anexo 6: Instrumento de recolección de información – Ficha de datos financieros de las Mypes. | 114 |

RESUMEN

La gestión del conocimiento financiero, administrativo y del marketing constituyen variables que pueden incidir en la efectividad en las Mypes. Este trabajo determinó cómo estas variables influyen en la efectividad de las Mypes, del cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. Se indagó la gestión del conocimiento en esas áreas mediante una encuesta y un cuestionario de 20 ítems con $\alpha > 0.8$ (confiable). Los ratios financieros de ROA y ROE se calcularon a partir de una base de datos oficial del Ecuador. Se obtuvieron estadísticos descriptivos, pruebas de relación (Rho de Spearman) y se realizó una comparación a partir de la U-Mann-Whitney (U-Test). Se determinó con base en la subjetividad que el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing ha permitido una efectividad en las Mypes (rho: 0.697; p-valor: < 0.05), lo que fue confirmado para las dimensiones. Las percepciones sobre la gestión del conocimiento administrativo, financiero y del marketing también resultan ser variables que influyen sobre la efectividad de las Mypes (p-valor ≤ 0.05). Esto indica que el imaginario social de los gerentes se alinea con el manejo de competencias y acciones al respecto y con la idealización de un impacto de estas en la efectividad de las Mypes. Sin embargo, la impresión objetiva que se desprende de los ratios de rentabilidad ROE y ROA se distancia de las apreciaciones subjetivistas de las encuestas. Se observó que el grueso de las Mypes carece de reantabilidad. Esto impone la necesidad de emprender estudios donde el marco fáctico financiero siempre esté presente para evitar caer en un realismo ingenuo sobre estos emprendimientos, cuando la realidad financiera avizora un fracaso próximo. Conviene potenciar e impulsar programas de formación a los emprendedores.

Palabras claves: Conocimiento financiero; Conocimiento administrativo; Conocimiento del marketing; Efectividad en las Mypes; Rentabilidad

ABSTRACT

The management of financial, administrative and marketing knowledge are variables that can influence the effectiveness of small and medium-sized companies. This work determined how these variables influence the effectiveness of small and medium-sized companies in Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. Knowledge management in these areas was investigated by means of a survey and a 20-item questionnaire with $\alpha > 0.8$ (reliable). ROA and ROE financial ratios were calculated from an official Ecuadorian database. Descriptive statistics, relationship tests (Spearman's Rho) were obtained and a comparison was made from the U-Mann-Whitney (U-Test). It was determined based on subjectivity that the design of financial, administrative and marketing knowledge management has allowed effectiveness in the Mypes (rho: 0.697; p-value: < 0.05), which was confirmed for the dimensions. Perceptions on the management of administrative, financial and marketing knowledge also turn out to be variables that influence the effectiveness of the MSEs (p-value ≤ 0.05). This indicates that the social imaginary of the managers is aligned with the management of competencies and actions in this respect and with the idealization of an impact of these on the effectiveness of the MSEs. However, the objective impression that emerges from the ROE and ROA profitability ratios is far from the subjectivist appraisals of the surveys. It was observed that the bulk of the MSEs lack reatability. This imposes the need to undertake studies where the financial factual framework is always present to avoid falling into a naive realism about these enterprises, when the financial reality foresees a near failure. It is advisable to promote and encourage training programs for entrepreneurs.

Key words: Financial knowledge; Administrative knowledge; Marketing knowledge; Effectiveness in small and medium-sized enterprises; Profitability

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El estudio de la generación de conocimientos ha sido un tema abarcado varias veces, siendo el artículo de Striedinger, (2018) “El Marketing Digital transforma la Gestión de MYPES en Colombia” (pág. 01), una fuente de información donde se analizan la estrategias para los diversos campos de las MYPES con la finalidad del logro de los objetivos, reflejando que las actividades más necesarias son aquellas que deben promover al crecimiento e incremento de la participación dentro del mercado, al igual que la competitividad. El conocimiento del marketing directo permite establecer una alimentación rápida sobre conocimiento, por lo cual, el estudio generado se basa en el análisis de las tendencias que permitan evaluar el comportamiento del consumidor, y generar una actuación mucho mayor sobre las estrategias que permitan la obtención de nuevos consumidores.

El trabajo referenciado expresa que la gestión del marketing influye en las estrategias empresariales para una adecuada comunicación, logrando que la publicidad pueda agilizar al mundo digitalizado adaptando varias opciones para lograr una ampliación de diversos sectores que aplican la implementación de conocimientos para el crecimiento empresarial.

Por otro lado, el trabajo de Benavides y Pedraza (2018), expone que la gestión del conocimiento ha sido tomada como un sistema que se debe construir y explicar para manejar el conocimiento ideal para la maximización de la efectividad que se debe manejar sobre el conocimiento que manejan las empresas. Se menciona que las empresas mantienen la necesidad de llevar un nivel de trabajo consistente con lo que ejecutan siendo necesario un análisis para generar un mejor uso de los conocimientos que se tienen a nivel interno, lo que ha llevado a generar un desarrollo de varios procedimientos sistemáticos para su debida gestión.

Dicho trabajo expresa que la gestión del conocimiento en relación a las MYPES, genera una identificación de varios sistemas formales que permiten una articulación de varias estrategias que se pueden llevar a cabo dentro de las empresas para una mejor competitividad, innovación y productividad, siendo visualizado como una forma idónea para el desarrollo de cada negocio.

Delfín y Acosta, (2016) en su trabajo “Importancia y análisis del desarrollo empresarial” se expresa que el progreso de las MYPES dentro del mercado mundial debe ser una prioridad para generar un incremento económico dentro de cada país; por esa razón requieren de estrategias que permitan un crecimiento y desarrollo para adaptarse al entorno empresarial. En este estudio se exterioriza, que las empresas no deben basar su crecimiento en la obtención de una producción mucho mayor, sino en diversos factores que permitan reflejar un crecimiento en la productividad.

En conclusión, se expresa que la sostenibilidad del crecimiento de las empresas se puede generar cuando se tiene una sinergia sobre los diferentes conceptos que permiten una integración sobre el desarrollo empresarial, al igual que la cultura que permitirá proveer a cada uno de los integrantes sobre un sentido de identidad que permita al empresario saber lo que debe hacer.

A escala global el progreso económico está relacionado con “el proceso de innovación y gestión de conocimiento” (Molina, 2015, págs. 9, 15); en concordancia con lo mencionado, los autores Fernández y Albán (2019), opinan que esto ha revolucionado el conocimiento, la tecnología y la innovación de forma trascendental. En este progreso no solo se crea nuevo conocimiento, sino que las ideas del creador de este conocimiento sean aceptadas o no por otros autores, comentan los autores Alarcón et al., (2017, pág. 218).

Para este tipo de cooperación y transferencia de conocimiento además de la conexión entre los sistemas de producción de conocimiento, producto y la necesidad de cooperación entre universidades y empresas también se trabaja de manera interactiva con la innovación, analizando los obstáculos y las limitaciones

que enfrentan las MYPES se puede decir que la relación existente entre la ciencia y las actividades productivas no solo está determinada por la misma empresa sino también influenciada por otros creadores de (Esquivel, León, y Castellanos, (2017), pág. 72).

Cuando se trata de la generación del conocimiento son las universidades las que juegan un importante papel en ello, así como también en la innovación y formación del capital humano que ayude en el crecimiento de la economía basada en el conocimiento es por ello que las universidades deben actualizarse sobre todo en la transferencia del conocimiento en los diversos ámbitos junto con las buenas prácticas para desarrollar las empresas (Santamaría y Cárdenas, (2017), págs. 21, 34).

Muchos estudios se han centrado en Innovación desde la academia concentrándose en descubrir clientes potenciales que permita la transmisión de información, conocimiento e invención teniendo a ambos en su valuación y adicional aquello el estudio del modelo Triple – Hélice (Fombuena, 2019, pág. 240).

El modelo de Triple-Hélice propuesto por (Fombuena) es un modelo de sinergia entre personas que crean, transfieren y aplican conocimiento esto conduce a la innovación (2019, pág. 240). Por lo general la universidad ya está aquí a través del triángulo de la enseñanza del conocimiento (educación), publicaciones en revistas científicas o monografías (investigación) y con empresa privada (empresa), así lo indican (Velázquez, Valencia, y Peña, (2015), pág. 12).

En el modelo Triple-Hélice demuestra la cooperación que existe entre los tres principales órganos de la sociedad y se considera como factores básicos la Institución de Educación Superior tradicionalmente responsable de la formación e indagación desde el triángulo el aprendizaje agregado por la entidad y el estado (Ramos, Brito, Artigas, y Martínez, (2018), pág. 54).

De esta forma el triángulo del conocimiento (formación, indagación y negocios) se convierte en una triple hélice (universidad, empresa y el gobierno), en este modelo

la institución reitera su papel primordial para ser tratado en la práctica como agente colectivo encargado de la motivación e interactuar de manera efectiva ante los agentes mencionados Ledesma y Cobos, (2018, págs. 41, 48).

Aunque la colaboración universidad – empresa tiene ciertas ventajas potenciales, pero también posee ciertas restricciones, de ahí que la primera se centre en la perspectiva genérica a largo plazo de la tecnología e innovación en cambio la empresa tiene una visión más cortoplacista creando así comunidades investigativas distintas con valores y culturas claramente diferentes (Santamaría y Cárdenas (2017), págs. 21, 34).

La gestión de los 3 principales factores de estudio en el proyecto como lo son financiero, administrativo y marketing, se desarrollan mediante un análisis de gestión operativa que involucra la efectividad que posee la educación en la producción de estas competencias para el mundo laboral y aplicación al trabajo, siendo de vital importancia un estudio de los 3 principales factores. La dirección de los procesos consiste en uno de los principales factores, que puede reclutar variados ítems de apoyo para un avance administrativo, financiero y de personal, siendo ideales para la creación de modelos de gestión (Peñaloza, 2021, pág. 3).

La creación de estos conocimientos incide en la variable de estudio dependiente del trabajo que consiste en la búsqueda de la efectividad para las MYPES, ya que la cadena de saberes formados va a lograr una incidencia en las empresas. Por este motivo, la investigación sobre la gestión del conocimiento se ha convertido en uno de los principales focos en la actualidad, ya que esta permite la promoción de valores intangibles sobre estrategias que se aplican en las empresas en si (Ahumada Tello, 2016, pág. 5).

La vinculación entre universidades y empresas es un factor que tiene una gran repercusión en el desenvolvimiento económico de las naciones, ya que aprueba que el aprendizaje y la tecnología resultante sean comercializados en favor de la sociedad (Sarabia Altamirano, 2016, págs. 13, 22)

Se considera el vínculo universidad - empresa como una herramienta estratégica para el desarrollo de las actividades de producción en los países desarrollados, mientras que en los países en desarrollo esta conexión se centra más en la mejora de procesos y productos a través de proyectos a corto plazo, recursos de consultoría y capacitación (Jácome, Albarracín, y Medina, (2017), págs. 217, 228). Estas interacciones permiten que la transferencia de conocimiento en administración, finanzas y tecnología mejore la competitividad de la empresa y acelerar el cambio de actitud y cultura en el país.

El cantón Babahoyo las MYPES se le imparte los conocimientos de marketing sin embargo obtiene la certificación, pero no se confirma su aplicación de sus conocimientos técnicos; El propósito de este trabajo es evaluar el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing desde la Universidad Técnica de Babahoyo a las MYPES del Cantón Babahoyo, en otras palabras, cómo estos actores sociales necesitan interactuar para gestionar conocimiento y producir innovación.

El alcance del trabajo presente se basa en el desarrollo de una evaluación para conocer como la gestión del conocimiento que debe ser generado en entidades educativas superiores, influye sobre el desarrollo empresarial en las Pequeñas y medianas empresas, siendo un factor que impulse al crecimiento no solo de las ventas, de todo tipo de gestión dentro de dichas organizaciones y que permita mejorar los procedimientos internos aplicando estrategias diseñadas estratégicamente para cualquier tipo de situación.

Este trabajo pretende disminuir el vacío de conocimiento en un área del saber poco atendida desde la perspectiva del desconocimiento de la administración de conocimiento financiero, administrativo y marketing hacia las organizaciones que aún están en camino de consolidarse. Por lo cual, la estructura se diseña con relación a la obtención de conocimiento para la gestión de conocimientos:

El planteamiento del problema y la justificación se desarrollan para el conocimiento de la realidad en base al tema planteado y la determinación de respuestas sobre las interrogantes más comunes como lo son, por qué se genera el trabajo y como la gestión del conocimiento y la efectividad sobre las MYPES puede ser lograda.

El desarrollo de los objetivos va a establecer los fines que se poseen donde participan las variables fijadas que son la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing; y la efectividad de los MYPES.

La revisión de los contenidos se da en el estudio del arte donde se analizan variados contenidos que serán analizados de acuerdo a su incidencia en soportar el tema y su aplicación, para lograr determinar como la gestión del conocimiento va a contribuir en el desarrollo de las MYPES.

El problema que plantea la presente investigación se refiere sobre cómo el contexto financiero, administrativo y marketing demanda que las instituciones de educación superior en este caso, la Universidad Técnica de Babahoyo se vincule con el sector industrial a fin de responder a las necesidades de la civilización, aunque en las naciones en rutas de progreso esta conexión no se ha solidificado pese al liderazgo identificado.

En estos tiempos, la capacidad competitiva que se desenvuelve en el mundo empresarial y gerencial, del mismo modo en Latinoamérica, se puede afirmar que posee objetivos en que se enmarca dicha competencia entre sí; consiste en una búsqueda de solvencia y desarrollo, la cual está basada en la pericia de una gestión financiera producto de la contabilidad que es suscrita de manera profesional (Carrillo Vasco, 2015). La importancia de estas MYPES dentro de América Latina se expresa como un generador de empleo que siempre ha sido objeto de estudio desde hace años, dichos trabajos enfatizan la necesidad de encontrar alternativas para su crecimiento y formalización (Hernández Correa, 2017).

En el ámbito internacional, de acuerdo con (Gómez et al, 2013, págs. 19, 25) se establece que las Mypes enfrentan día a día grandes batallas con la finalidad de perdurar, buscando obtener un espacio en los nichos que son dominados por las multinacionales a su vez el luchar con otras organizaciones, dentro de un marco preceptivo de gran estándar en su competitividad.

La estabilidad de una entidad que posee ventajas de mercado está en manos de la adaptación al cambio y un aumento de los productos fabricados conforme las necesidades y preferencias de los clientes que frecuentemente son cambiantes y las complacencias que posee el consumidor, precisando el conocimiento que es generado en la parte exterior de las empresas.

La importancia del ámbito financiero, administrativo y de marketing dentro de una empresa consiste en un punto vital para el manejo de desarrollo empresarial, donde para Velásquez (2016), dicha gestión va a requerir ser acompañada de un proceso de toma de decisiones que permita a las entidades manejarse de acuerdo a los mercados competitivos y la necesidad en la actualidad de manejarse en relación al desarrollo corporativo que puede representar para la administración un progreso científico y tecnológico en el actual mundo.

Los puntos más idealizados que comúnmente se espera que se mejoren en una empresa, una vez que se ha iniciado el proceso de mejora de acuerdo a la gestión de conocimiento consisten en:

- a.** Personal aptamente capacitado.
- b.** Presupuesto para todas las áreas que pueden componer a una empresa.
- c.** Desarrollo de análisis financieros.
- d.** Dirección, ejecución y control de planes estructurados.

El conocimiento administrativo, financiero y de marketing consisten en recursos notables en el presente siglo, siendo recursos vitales que van a permitir una maximización de los progresos notables tanto a nivel científico y de tecnología produciendo cambios en el entorno general. La gestión de estos conocimientos son un punto clave para que las empresas pueden generar la aplicación de nuevos conocimientos, al igual que su difusión y lograr un aprendizaje propio y para cada uno de los miembros integrantes de la comunidad (Garcia Moreno & Rodriguez López, 2018).

Las variables que se relacionan al análisis de la gestión del conocimiento involucran una serie de dimensiones que son de vital importancia para lograr esta unión entre las actividades curriculares y el desempeño de las empresas. En primer lugar, la falta de investigación y desarrollo puede ser reflejado como un problema ascendente en la Provincia, donde las instituciones normalmente invierten en conocer problemas que se separan de la realidad, sin un estudio que soporte las actuaciones; por lo cual, una revisión sobre en qué se debe indagar es preciso como paso inicial para el desarrollo del tema.

Proveniente de las actividades que componen a la Investigación le puede seguir la creación de conocimientos, de tipo financiero, administrativo y de marketing; reflejando un esfuerzo, lo cual no ha iniciado dentro de la entidad de estudio, requiriendo que la destinación de recursos a la Universidad Técnica de Babahoyo sea para mejorar la gestión de investigación que cree conocimientos.

Ecuador, al ser un país poblado, de acuerdo con el número de los negocios que se constituyen principalmente como MYPES, estas normalmente se concentran en el comercio y los servicios, generando una gran oferta de puestos de trabajo formales y permanentes, ya que entre más valor se le otorga a la producción de bienes, que son solicitados como parte de la demanda de materias primas directas e indirectas, más beneficio se genera para los productores. Por esto el desarrollo sostenible de estas no consiste en un sueño, sino en una ambición que se puede alcanzar. Los empresarios dependen de herramientas para el fortalecimiento de las oportunidades de su negocio (Nivela et al, 2017, p. 718, 732).

Para González Ordóñez (2018) en el país, las MYPES usualmente perduran hasta el tercer año de actividad, todo generado por una debilidad durante la preparación personal, u otros factores como lo son: infraestructura o incapacidad de otorgar un valor a los productos. Por este motivo muchos de estos factores determinan que durante un momento duro logren sobrevivir su vida útil, o que no puedan estabilizarse y perdurar ante los cotidianos problemas de una empresa: Falta de capacitación, escasos conocimientos contables, financieros o administrativos, planeación estratégica deficiente y no dar importancia a la gestión del conocimiento.

En la ciudad de Babahoyo hay una brecha entre la generación del conocimiento y aplicación de éste, siendo así que los centros educativos de educación superior centran sus esfuerzos en proveer recursos humanos manteniéndose como espectadores del desarrollo económico de la ciudad. Además, se puede evidenciar que las MYPES han optado por comprar bienes de capital y productos tecnológicos que buscan resolver problemas a corto plazo.

En la ciudad ha existido un crecimiento económico de forma acelerada debido a la naturaleza agrícola del sector y dado que se encuentra cerca de importantes empresas transnacionales dedicadas principalmente a las actividades agrícolas. La ciudad ha sido eje de paso para viajeros y un grupo de mercancías que se trasladan ya sea de sur a norte o viceversa, debido a la cercanía existente entre 3 provincias importantes como Guayas, Manabí y Pichincha (Nivela et al, 2017, p. 718, 732).

Dentro del entorno competitivo de las Mypes y su sector administrativo, se realizan actividades de forma empírica, dado que los propietarios no buscan dar una inversión a la tecnología de la empresa, o financiar una preparación del talento humano, menos en la aplicación de las estrategias y técnicas que puedan ser solucionadas para permanecer dentro del mundo competitivo.

El problema expreso sobre la falta de vinculación entre las actividades que realiza la Universidad Técnica de Babahoyo y las actividades que se ejecutan en el sector empresarial local, impacta en la sociedad local y provincial, ya que la situación descrita no permite un aprovechamiento total de las capacidades que ambos

pueden reflejar, si se consiguiera instaurar un trabajo conjunto; el problema causa un retraso en el desarrollo de la comunidad empresarial, por la falta de conocimientos reales que permitan prioritariamente el aprovechamiento de las oportunidades y la formación de programas y planes estratégicos para el alcance de los objetivos empresariales y una contribución a la matriz de producción local.

Las acciones desprendidas de la realidad que han empujado al desarrollo del presente trabajo se puede desglosar en 3 variados problemas: Falta de vinculación entre el ente mayor de educación superior en el cantón Babahoyo, el cual forma a los profesionales que van a guiar a las empresas pertenecientes al sector tanto industrial como comercial, donde juntos puedan trabajar en beneficio de la formación de actividades que permitan el desarrollo de conocimientos a aplicarse en la operatividad de las MYPES y nuevas empresas que puedan surgir.

Estos siendo vistos desde una realidad en la cual, no se ha alcanzado un progreso en las empresas, a pesar de las ventajas existentes en el cantón tanto por la capacidad productiva existente; y por la formación constante de profesionales que deben ser capaces de mantener conocimientos que apoyen al progreso del sector industrial cantonal.

Con base a lo expuesto en las líneas arriba se plantea las siguientes interrogantes: Problema general ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020? Los problemas específicos fueron: 1. ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020?; 2. ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento administrativo, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020?, 3. ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento marketing, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020?; 4. ¿Cómo fueron los ratios de rentabilidad financiera de las Mypes del cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020?; 5. ¿Cómo un prototipo de diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y

marketing, permite la efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador?

La gerencia de conocimiento como un eje transversal de la acción educativa (Santos, 2014), no debe ser tratada como una simple estrategia o intervención pedagógica para resolver un problema específico, sino que debe ser ampliada a las diferentes dinámicas sean estas académicas o en el ámbito profesional en las diferentes modalidades y niveles de formación. Por lo cual se desarrolla el presente trabajo y presenta una relevancia en variados campos de estudio:

La investigación pretende como objetivo general el Determinar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing permiten la efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. Cómo objetivos específicos: 1. Analizar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. 2. Describir como el diseño de la gestión del conocimiento administrativo, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. 3. Explicar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. 4. Analizar comparativamente los ratios de rentabilidad financiera las Mypes del cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. 5. Diseñar un modelo de diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

Se partió del siguiente supuesto general: El diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativa y marketing permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. Las hipótesis específicas fueron: 1. El diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020; 2: El diseño de la gestión del conocimiento administrativo, permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020; 3. El diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020; 4. Los ratios de rentabilidad financiera de las

Mypes del cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020, indican una rentabilidad heterogénea que no se corresponde desde el punto de vista objetivo con las percepciones de los gerentes de las Mypes encuestados; 5. El diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite una efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

Como definición conceptual de la gestión del conocimiento financiero se tiene que este implica la administración de los recursos que posee la empresa, cuya responsabilidad se asigna a un individuo conocido como gestor o administrador, el cual es el encargado de administrar económicamente la empresa, llevando una vigilancia adecuada de los ingresos y los egresos que concurre en la entidad, teniendo como contraparte el incremento de los recursos económicos de la misma (Cibrán et al, 2013, p. 96).

Por su parte la gestión del conocimiento administrativo es el conjunto de formas, operaciones y componentes que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de conseguir el objetivo propuesto. Se basa en cuatro principios fundamentales: orden, disciplina, unida de mando y fomento de la iniciativa (Corvo, 2021)

De conformidad con la Junta de Normas de Responsabilidad de Marketing (MASB, 2020), la gestión del conocimiento orientada al marketing se define como el proceso de establecer objetivos de mercadeo para una organización (teniendo en cuenta los recursos internos y las oportunidades de mercado), la planeación y ejecución de actividades para cumplir estos objetivos, y la medición del progreso hacia el logro de estos.

Operacionalmente las actividades para la difusión del conocimiento es el proceso nos proporciona la posibilidad de transferir los conocimientos y la experiencia de las personas al sistema, de forma que otros puedan beneficiarse de ella.

Con respecto a la efectividad en las Mypes, conceptualmente, se denomina efectividad a la capacidad o facultad para lograr un objetivo o fin deseado, que se

han definido previamente, y para el cual se han desplegado acciones estratégicas para llegar a él (Trillini, 2013).

Por Mypes se conoce a la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (SUNAT, 2019)

Las MYPES, en término de cantidad (números), y de manera general a nivel mundial, representan en promedio el 80% de los negocios de una economía ecuatoriana (Zambrano-Farías et al., 2021). El enfoque administrativo, financiero y de marketing este asociado con las actividades que a diario realizan los actores empresariales, de hecho, en cada departamento se cumplen roles y funciones que permite el oportuno cumplimiento de los objetivos a razón de una planificación previa. Para los directivos de la empresa y aquellos que está a cargo de un área en particular es menester tomar en cuenta las prioridades (puntos clave) que se presentan en el giro del negocio pues dependiendo de la situación identificada se proporcionara recursos y acompañamiento técnico relacionados con la misión. La operacionalización de estas variables se puede apreciar en el Anexo 1 y 2 del presente trabajo investigativo.

El trabajo presenta una importancia teórica, dado que se realiza un análisis de las conceptualizaciones que se desprenden de las variables tanto dependiente como independiente, siendo ejemplos claros un estudio de la importancia de la gestión financiera, administrativa y de marketing; acompañado por formas para alcanzar estos conocimientos y un análisis de la realidad de las MYPES en la localidad de estudio, lo cual va a permitir una visualización y apreciación de autorías que permitan formar un pensar sobre el proyecto y que guie al entendimiento y sirva como futura referencia para nuevas líneas de investigaciones que promuevan el desarrollo de una localidad.

La apreciación de los conocimientos va a permitir un entendimiento de los resultados permitiendo una apertura a la discusión, del por qué este suceso, cuál fue su origen y que tipo de antecedentes posea, al igual que los intentos por cambiar la realidad social y práctica.

La importancia práctica del trabajo se genera en base a la búsqueda de soluciones para lograr que la gestión del conocimiento sea integrada en las necesidades que poseen las empresas del sector, fomentando el desarrollo. Es por ello que el presente trabajo busca entregar un modelo de gestión de conocimiento en la ciudad de Babahoyo partiendo del productor del mismo que es la Universidad Técnica de Babahoyo hacia las MYPES, donde además se analice la literatura sobre el tema a investigar, así como el valor que tiene el conocimiento y su contribución de la gestión de conocimiento y su relación que tiene con la administración, financiero y marketing.

La gestión de conocimiento es importante ya que ayuda a las MYPES para que puedan crecer en la medida que aprovechan dicho conocimiento y así mejorar las prácticas económicas que ayuden a fortalecer los procesos de producción o servicios prestados, de ahí que la Universidad Técnica de Babahoyo debe poseer un modelo que vuelva una realidad tangible la gestión del conocimiento.

El trabajo genera una metodología importante de aplicación con caracteres cualitativos y cuantitativos, siendo apoyada por el método descriptivo donde se realiza una investigación de campo que permita el desarrollo de pruebas que involucren a las dos caras de este problema identificado, pudiendo formar una relación entre la parte profesional y la parte de educación. La presente involucra el estudio de las variables a estudiar propondrá un punto de vista y análisis sobre la relación existente entre la gestión abarcada su relación con las empresas de la ciudad, por lo cual es necesario la ejecución de un análisis de tipo inductivo y deductivo que permita la inserción de pruebas de investigación que permitan el estudio de los sujetos de prueba.

Se formaría una influencia en base a la determinación de opiniones de dos diversos sectores, pudiendo servir para que análisis posteriores consideren la ejecución de una revisión mucho mayor, la cual se encuentre apoyada en nuevos actores que se involucren a este problema sobre el desarrollo del sector industrial del Cantón.

La importancia social del trabajo radica en los dueños, administradores o gerentes de negocios, empresas y MYPES que van a ser partícipes de las mejores integradas a la formación de la gestión de conocimiento financiero, marketing y administrativo, las cuales permitirían planes estratégicos integrados con los conocimientos que se pueden obtener al conocer las necesidades del sector y una mayor integración de la Universidad Técnica de Babahoyo con la sociedad. A su vez, como beneficiario inmediato será la Universidad Técnica de Babahoyo quienes tendrán un modelo de proceso de transferencia del conocimiento y por otro lado satisfacer las necesidades financiero, administrativo y marketing de las MYPES.

Finalmente, el proyecto presenta una importancia económica, dado que la generación de un modelo que permita vincular los conocimientos entre ambos sectores va a requerir de inversión que puede tener una retribución expresada en gran alcance sobre el sector y su desarrollo, evitando en lo más posible gastos innecesarios y centrando los esfuerzos en lograr que las Mypes del sector desarrollen sus capacidades.

El trabajo de investigación se enmarca en la línea de investigación de la Universidad de Tumbes referente a Políticas y gestión pública y privada en el sector de las Ciencias Sociales.

CAPÍTULO II

2. ESTADO DEL ARTE

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Fombuena (2019) a través de su investigación “Mypes un éxito” evaluó el proceso de gestión de conocimiento e innovación de las universidades españolas desde la perspectiva de la universidad, se apoya en la red de universidades españolas donde finalmente se encontró que existe un alto grado de conectividad de cada universidad, con el grado de influencia y su conectividad con las instituciones que son líderes en la transferencia del conocimiento y la innovación. Sus resultados demostraron que “la aplicación del conocimiento en las empresas que apenas están naciendo, conglomerando los conocimientos que se forman en las instituciones de educación superior” (p. 240).

Castello et al (2019) denominan en un trabajo el proceso de transferencia de conocimiento desde la universidad innovadora, un modelo de gestión de la información en el contexto digital, el caso de estudio PIEDD, donde se analizó el uso de PIEDD como herramienta para proporcionar una intensa transferencia de conocimiento y de tecnología, para encontrar nuevos nichos de mercado y modelos de difusión alternativos, en este trabajo se realizó un análisis exhaustivo acerca de la experiencia universitaria en el campo de la información y la transferencia de conocimiento.

En el estado Guanajuato, México; Vásquez (2017) en su trabajo transferencia del conocimiento y tecnología en universidades, detalla las fases del proceso de conocimiento, además que se identificó cuáles son los factores que constituyen la propuesta de un modelo de gestión que puede contribuir a potenciar el desarrollo

de las actividades de transferencias de los sectores productivos, aunque se hace necesario estudios de mayor nivel usando otras técnicas metodológicas que permitan medir las correlaciones entre los factores que plantea el modelo. Como resultado y conclusión de la investigación se pudo corroborar sobre la funcionalidad de las propuestas con relación al modelo que se va a requerir para las investigaciones en un nivel de profundidad grandes sobre el uso de técnicas metodológicas que requieran de la medición de correlaciones sobre los factores del modelo que se ha propuesto.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En el ámbito ecuatoriano Bruzzone Aguilar (2019) indica en su trabajo redes de política en el diseño de la política pública de transferencia de conocimiento: Proyecto Prometeo el uso de métodos cuantitativos donde logran determinar medidas de la red creada en el proyecto, usaron entrevistas a funcionarios estratégicos que participaron en el proyecto, como resultado del estudio se concluyó que si bien se mejoró el nivel de la investigación en las universidades no se logró una vinculación con el sector productivo.

Jácome (2017) indica que la transferencia de conocimiento e innovación tecnológica, se puede basar en una mirada desde las carreras técnicas en la universidad emprendedora, donde se concluyó que, la universidad emprendedora tiene un importante papel como organización que produce y difunde el conocimiento, que se involucran en asociaciones, redes y otras relaciones que tienen con organizaciones públicas y privadas a cuyo abrigo donde se producen el desarrollo y el crecimiento del sistema nacional de innovación. Como resultado de la investigación se refleja que las empresas van a destacar gracias al emprendimiento y los conocimientos de varias fuerzas impulsadoras del crecimiento de la economía, la formación de trabajo y el logro de la competitividad en mercados globales.

En el cantón Vinces (2017) en su trabajo “Transferencia de conocimientos: Caso Apovinces” al experimentar el proceso la organización una vez que la aplicó los

agricultores socios recibieron capacitación por parte de la Universidad de Guayaquil, indicaron que el caso fue exitoso para otros sectores del país, buscando que sean independientes y puedan exportar directamente del país.

Carrión (2016) en su artículo científico Análisis del Modelo de Gestión en Pequeñas y Medianas Empresas y su Aplicación en la Industria de Catering en Ecuador expresa métodos y revisa aspectos claves sobre el uso de los modelos de la gestión en las Mypes, basándose en una gestión administrativa tanto dentro como fuera del país. En este se da la construcción de un modelo para la comprensión de la MYPES y el tipo de cultura organizacional, que se entiende como un conjunto de supuestos y valores de la organización. En su conclusión, expresa que la importancia de variables relacionadas a la gestión de las empresas se debe en base al tránsito de las medidas de supervivencia para el crecimiento sostenible.

2.1.3. Antecedentes locales

Escobar Diana (2017) en su artículo científico Gestión administrativa y financiera en el cumplimiento presupuestario de las instituciones públicas menciona que se da una evaluación a las instituciones públicas de Babahoyo, para conocer el nivel de cumplimiento existente, mediante el análisis de variadas opiniones de autores que reflejan la importancia de la gestión del conocimiento mediante la aplicación del marco teórico. Obteniendo como resultado la efectividad de la aplicación en las entidades públicas sobre la aplicación de actividades que se centren en áreas financiera y administrativa.

Por su parte Pasto Sisa (2021), en su trabajo “Plan de Marketing y estudio de factibilidad del Mini Mercado “Jennifer”, Cantón Babahoyo, Periodo 2020-2021” donde se menciona que el desarrollo de planes de finanzas y marketing deben servir para generar varios resultados e incrementar la participación que las empresas posean en el mercado, llevando a cabo varias actividades estratégicas que incrementen las ventas en la localidad.

2.2. Bases teórico-científicas

2.2.1. Conocimiento

“El conocimiento está conformado por un conjunto de habilidades así como las cogniciones que permiten a los seres humanos lograr solucionar problemas” (Cataño, 2016). A través de la comprensión tanto teórica como práctica, con la intervención de reglas que dan paso a la acción es ahí que puede decirse que “el estudio se basa en reseñas e investigación, pero a diferencia de éstos siempre está ligado a los individuos; forma parte integral de los sujetos y representa los dogmas de éstos acerca de las conexiones imprevistas” (Pereira, 2011, p.p. 1 - 6)

Claramente se entiende que el aprendizaje es profundo y complejo, donde los valores, las creencias y teorías confluyen de tal manera que la mente de cada persona es un mundo, pero hace parte de su esencia donde con el aprendizaje puede adquirir nuevas experiencias e información a través de diversos medios entre los que pueden estar involucrados los sentidos del oído, habla y vista; todo ello con el fin de crear conocimiento.

Entre los conocimientos que se deben obtener en cualquier información se pueden establecer el conocimiento acientífico que es conocido como una vulgar y ordinario, siendo una base del sentido inmediato sobre la misma cultura y una gran especie de práctica y de entendimiento. El conocimiento seudocientífico también se encuentra presente en cuerpos de creencias y de prácticas de cultivos y algo ingenuas. El conocimiento científico que es considerada como la madre moderna de las ciencias y las producciones que son aplicadas para las empresas y los objetivos por los cuales se crearon (Cerón Martínez, 2016).

2.2.2. Gestión del conocimiento

No existe una definición única para la gestión del conocimiento, de hecho, este concepto ha sido revelado por diversos autores desde su propio análisis haciendo énfasis en algunas de sus peculiaridades particulares, aunque puede definirse

como “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales” (Chiavenato, 2012)

El fin inmerso dentro de la gestión del conocimiento lo constituyen la información acerca de los bienes o servicios, procesos, nicho de mercado, consumidores, obreros, proveedores y el ambiente externo de la organización pues los administradores y gobierno corporativo intervendrán de forma locuaz y pertinente en la composición de los factores antes mencionados para conseguir una entidad competitiva.

A través de dicha administración se puede examinar, igualar y enviar los derechos cognitivos de una empresa, pero se requieren otros métodos y herramientas además de la dirección de los elementos de fabricación habituales. La gestión del conocimiento parte especificando la calidad que tienen los individuos, sus habilidades y su sapiencia de encargo, antes de concentrar las tecnologías de información y comunicación.

En las empresas, la gestión del conocimiento proviene como una cultura grande a la forma de la administración que se da en las organizaciones donde el talento humano como un activo central que se sustenta sobre la creatividad, en base a la competitividad de compartir sobre la información, en base a las experiencias que se dan sobre conocimientos tanto colectivo como individuales (Campozano Pilay & Maldonado Zúñiga, 2020, pág. 240)

2.2.3. Transferencia del conocimiento

La transferencia de conocimiento (TC) es el compendio de actividades orientadas a la propagación de instrucciones, experiencia y destrezas con el objeto de procurar el uso, la práctica, además de la utilización del conocimiento como de las habilidades en I+D de la universidad fuera del contexto académico, ya sea por otras instituciones de I+D, el sector industrial o la colectividad en general, así lo expone (Zavala Barrios, 2019).

No se debe confundir transferencia de conocimiento con transmisión del conocimiento porque este último tiene como fin la publicación, divulgación o la docencia mientras que la transferencia persigue la incorporación del conocimiento en una estructura de valor (cadena de valor) para adquirir un retorno monetario.

En diversos espacios se ha tratado a la transferencia del conocimiento como un mecanismo que ayuda a mejorar los resultados de las unidades intervenidas, que a través de un proceso sistemático reciben información y adquieren habilidades, entonces se considera que ha sido exitoso cuando los receptores de aquella transmisión asimilan y acumulan un nuevo conocimiento que luego es utilizado para renovar la capacidad productiva (Valero y Carvajal, 2019, p. 1154 -1172).

2.2.4. Proceso de gestión de conocimiento

Dentro del proceso de gestión del conocimiento pueden ser considerados como primordiales los siguientes factores componentes como: fuente, receptor, medio, información y argumento. Usualmente durante un proceso de transferencia de conocimiento se debe aplicar y reformar el conocimiento en el receptor según el marco contextual, al intentar objetar el intelecto este parte de ser cotejado con el original dado que en el sistema emergen conflictos, esto produce un canje de datos entre la fuente y el receptor.

En el proceso de transferencia de conocimiento se identifica cuatro etapas, que se reflejan en la siguiente ilustración:

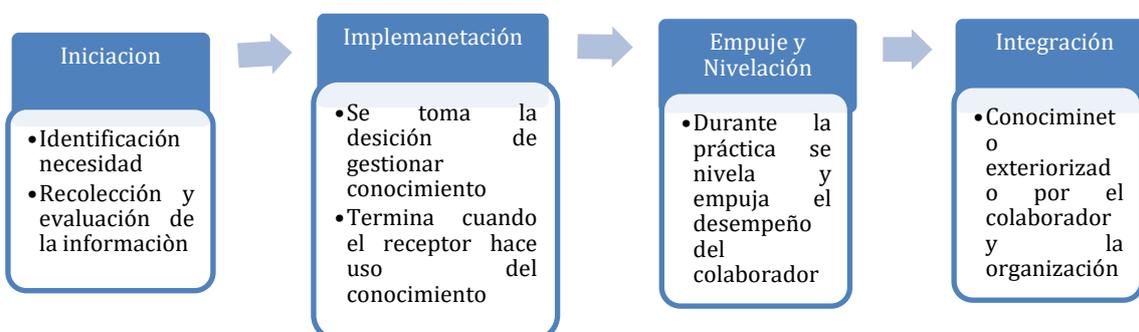


Figura 1: Etapas del proceso de gestión del conocimiento.

Fuente: Adaptado de (Nuñez, 2002)

El objetivo de la administración del conocimiento es fomentar el emprendimiento sobre la base de I+D (Molina, 2015, p. 9, 15), por lo que es necesario que la universidad deje de ser proveedores de recursos humanos y se convierta en centros generadores de conocimiento científico e innovador que pueda ser usado por las empresas para optimizar su progreso financiero y social, donde intervengan la educación, estado y empresa.

2.2.5. Modelo de Triple hélice

La triple hélice se entiende como la interacción de los tres entes que intervienen en el cambio de los procesos donde la educación, el gobierno y la empresa entregan proceso de gestión del conocimiento que relacionan la importancia de aprender, desaprender y reaprender para la solución y transformación de su entorno (Ramos et al. 2018, p. 52).

Este modelo se basa en la interrelación que existe entre la academia, la empresa y el gobierno para crear procesos de innovación, crear normativas para políticas de innovación que impulse las empresas en los diferentes aspectos sean estos en aspectos de mercados o en el ámbito social, además se centra en el “análisis de relaciones e interrelaciones entre universidad y entornos científicos, como primera pala de la hélice, las Empresas e Industrias como segunda pala y las administraciones o Gobiernos como la tercera pala”. (Franco y Rodríguez, 2020, p. 204, 211)

2.2.6. Gestión Financiera

Es aquella que se encarga de determinar cuál es el valor de un objeto y tomar decisiones. Su función principal radica en las finanzas para la asignación de los recursos, lo cual influye en su adquisición, inversión y la administración. Esta se interesa en adquirir, financiar y administrar la actividad manteniendo en mente una meta global. (Bruzzone Aguilar, 2019)

Esta es una de las herramientas en un nivel interno de gran utilidad para avanzar en los fines que una empresa posea en relación a la gestión de los recursos económicos, financieros y la toma de las decisiones por las cuales se encuentra comprometido el dinero, junto con las cuentas de la empresa. Administrado adecuadamente todo dependerá de la existencia de fondos y los gastos que realice la empresa (Alvarado Román, 2016)

La función del administrador representa el manejo del aspecto financiero de la empresa, por lo cual este debe gestionar todos los recursos (material, humano, ofimático y económico), dado que una excelente gestión de la organización permitirá lograr los objetivos de la empresa y definir su razón de ser y cuáles son las metas que desea cumplir, refiriéndose a la misión y la visión de la empresa (García Santillán, 2010)

La importancia de la gestión financiero consiste en las tareas cotidianas que la empresa debe cumplir y la complejidad que esta toma en las decisiones financieras, dentro del marco para la orientación de la empresa, donde se exigen una especialización que es parte de las gestiones del negocio y el análisis para estudiar las interrelaciones que son parte de la planificación estratégica integral de una organización (Lafuente, 2012)

2.2.7. Financiamiento

Para Arias y Carrillo (2016), el Financiamiento consiste en la acción y el efecto de financiar, es decir aportar un capital para un negocio o empresa, e incluso un proyecto, con la finalidad de auxiliar los gastos para una labor o una acción. Todo depende de los plazos de vencimiento, donde es posible distinguir los 2 tipos de financiamiento que pueden ser a: corto plazo: esto es cuando el periodo de devolución de este capital es de menos de un período fiscal y largo plazo: cuando existe más de un año para la devolución del efectivo.

El financiamiento se ha transformado en una representación de soporte para la administración de las empresas, debido a que por medio de un desembolso se le

garantiza generar recursos económicos para seguir con las diligencias de invertir en el crecimiento de las actividades comerciales dentro de los mercados de competencia que son muy exigentes, motivo por el cual los recursos obtenidos por múltiples vías de crédito deben estar dispuestos de manera oportuna para lograr una rentabilidad aceptable que se refleje en el crecimiento económico de la empresa que les apruebe seguir sobreviviendo en el mercado (Ascencio Lindao, 2020)

La base de un financiamiento suele estar basada en las utilidades, que consiste en la fuente de recursos vital para la supervivencia de una empresa, por lo cual estas deben presentar una salud financiera o estructura de capital sano, que generan montón importantes de dinero con relación a las ventas y las aportaciones de capital (Velecela Abambari, 2013)

2.2.7. Utilidad

Las empresas hoy en día buscan fuentes de ingresos nuevas, por lo cual se busca que las leyes y el Estado amparen a los trabajadores. Las utilidades son beneficios que generan controversias para percibir ante los dueños de una empresa, dado que muchas veces, las ventas bajas o poca cartera de clientes, etc., que está a largo del ejercicio contable (Delgado Quimi, 2013)

Cornelio (2018), asegura que los beneficios dentro de un ejercicio se pueden evaluar y medir de tres formas:

Porcentaje de las Ventas: Esta es una proporción (%) que es informado a la gerencia en relación a la capacidad de un negocio para dar un control de sus egresos y obtener el máximo rendimiento en relación a las ventas para moneda gastada en los esfuerzos de las ventas.

Porcentaje de los Activos: Son porcentajes de los activos que se presentan a la administración donde los activos del negocio contribuyen

al beneficio económico en la organización. Esto ayuda para conocer si un negocio obtiene una retribución por lo que tiene.

Retorno de las inversiones: Muestra una utilidad que se relación por la cantidad de efectivo que los dueños invierten en el negocio, esta compostura se conoce como retorno sobre la inversión. Los resultados se pueden usar para la comparación de las cifras de ganancias por los años anteriores o dar una relación de las cifras negocios similares para evaluar la competencia de la empresa frente a otros negocios.

Las acciones suelen representar las partes en las que el capital puede separar para la repartición en una empresa, representando que un negocio puede estar dividido en 100 partes o acciones y un sujeto desembolsar gran parte del dinero, que es denominado como accionista o inversionista, al darse la compra de estas acciones se accede al 1% de la empresa y sus utilidades.

Al adquirir estas acciones, el comprador se convierte en uno de los propietarios de la empresa. De este modo, la empresa al poseer sus activos, todo esto lo debe a sus acreedores y pertenece a los propietarios (Arostegui, 2013)

2.2.8. Gestión del conocimiento financiera

El conocimiento financiero en una organización puede ser conceptualizado como un proceso simultaneo para conocer el entorno e intervenir de forma dinámica en este, siempre apoyado en las experiencias y las habilidades, dicho proceso incluye una serie de valores, actitudes y formas de creencias. Por este motivo, la alta gerencia siempre establece las estrategias en el desarrollo del proceso para la creación del conocimiento de la organización, que se puede entender a la capacidad de una compañía para generar los conocimientos (García Arzate, 2019)

Dentro de la administración de las empresas se encuentran basadas a partir de experiencias diarias que se manejan empíricamente, y por mucho no en la aplicación de procesos, gestión contable para seguir, pasos, ya que es “primordial

una formación académica y estudio concreto del campo al que una empresa se dedique” (Carrillo Vasco, 2015)

Por este motivo una empresa debe tener un personal que se encargue de la gestión financiera, que permita una autorregulación de la misma, generando que la capacidad de los pagos y endeudamiento del negocio no puede verse inconsistente y que los provisos no se encuentren complacidos con la cancelación de bienes.

El análisis Financiero consiste en el conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa. Estas técnicas se basan principalmente en la información contenida en los estados financieros y pretenden realizar un diagnóstico de la empresa que permita obtener conclusiones sobre la marcha del negocio y su evolución futura (Sulca & Becerra, 2016). El análisis debe aportar perspectivas que reduzcan el ámbito de las conjeturas, y por lo tanto las dudas que planean cuando se trata de decidir. Con el análisis se transforman grandes masas de datos en información selectiva ayudando a que las decisiones se adopten de forma sistemática y racional, minimizando el riesgo de errores.

Instrumentos Financieros

Para Gonzalo (2014) un instrumento financiero es cualquier contrato que dé lugar a un activo financiero en una entidad y a un pasivo financiero o a un instrumento de patrimonio en otra entidad. Estos se dividen en:

Activos Financieros: Efectivo e instrumento capital de otra entidad, un derecho contractual a recibir efectivo o activos financieros o intercambiar instrumentos financieros en condiciones potencialmente favorables, un contrato no derivado: entidad obligado a recibir una variable de sus instrumentos capital propio, derivado que se liquida de forma distinta que por el intercambio de un importe fijo de efectivo o de otro activo por un número fijo de instrumentos capital.

Pasivos Financieros: Obligación contractual de entregar a otra entidad efectivo u otros activos financieros o intercambiar instrumentos financieros condiciones desfavorables, Contrato no derivado: entidad podrá ser obligada a entregar un número variable de instrumentos capital propio, Derivado que se liquida de forma distinta que por intercambio importe fijo de efectivo.

2.2.9. Ratios Financieros

- a. Las ratios financieras son una bola de cristal figurativamente, dado que estos consisten en una forma útil para la recopilación de datos financieros y para lograr una comparación de la evolución de las empresas (Brealey, 1999). Estos ratios contribuyen especialmente en plantear preguntas, sin embargo, no ayudan a su respectiva obtención de respuestas.
- b. Entre todos los tipos de ratios financieros se pueden encontrar:
- c. Las ratios de apalancamiento muestran lo endeudada que se encuentra la empresa.
- d. Las ratios de liquidez miden si es fácil para la empresa tener tesorería en sus manos.
- e. Las ratios de rentabilidad se usan para la medición de rentabilidad de la empresa en sus inversiones.
- f. Las ratios de valor de mercado son usadas para demostrar como valorar las inversiones de la empresa.
- g. Las ratios inician desde el concepto de contrastar magnitudes. Por aquello la palabra ratio de origen latino que significa relación o razón. Analiza datos particulares separados que tienen un valor y un significado, pero al combinarlos se obtienen resultados de mayor relevancia en cuanto a la calidad de información o lo útil que puede ser. Se puede relacionar dos valores ya sea restándolos, lo cual muestra cuanto un valor supera al otro, o dividiéndolos para identificar el porcentaje o proporción de una cantidad respecto de la otra (Guaman, 2017).

En términos de ratios de rentabilidad financiera que pudiesen servir para evaluar la efectividad de las Mypes, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros – SCVS (2020), en el ánimo de considerar indicadores que conduzcan a establecer

una impresión objetiva sobre la efectividad de las mismas orienta su trabajo hacia la recolección de información financiera que permita conocer sobre la salud financiera del sistema (Prijadi & Desiana, 2017).

Su recomendación se orienta al cálculo del ROA [Ratio de Rentabilidad - Retorno sobre los Activos (ROA)], que se obtiene de la relación entre la utilidad neta y los activos totales. También considera al ROE [Ratio de Rentabilidad - Retorno sobre el Patrimonio (ROE)], que resulta de la relación entre la utilidad neta y el patrimonio (Manzaneque et al. 2016).

Ambos dan una impresión complementaria, puesto que aunque el ROE, no considera el ratio propio de endeudamiento, el ROA, se ocupa de la rentabilidad de los activos de la Mypes, que nos muestran una visión general de la empresa, con base en los activos totales.

El cálculo de estos dos ratios permite conocer la situación de rentabilidad de la empresa, puesto que de la comparación de ambos indicadores, será posible conocer qué tanto se aleja de la estructura financiera ideal (Zambrano-Farías et al., 2021). La diferencia que existe entre los dos ratios se denomina “efecto apalancamiento”; que puede ser:

Positivo: cuando el $ROE > ROA$, que indica que parte del activo ha sido financiado con deuda y, de esta forma, puede haber aumentado la rentabilidad financiera.

Nulo: cuando $ROE = ROA$, y que corresponde al “estado idea”, ya que refleja inexistencia de deuda y que todos los activos son financiados con fondos propios.

Negativo: cuando el $ROE < ROA$, que señala que el costo medio de la deuda resulta superior a la rentabilidad.

Si el ROA resulta negativo se asume que se está invirtiendo una importante cantidad de capital para la producción, pero se están obteniendo bajos ingresos. Frecuentemente se aumentan las deudas avizorando un ROA positivo lo que implica riesgo, puesto que se podría obtener un ROA inferior a lo esperado o tal vez negativo (Manzaneque et al. 2016).

Estudios sobre rentabilidad de microempresas ponen en evidencian una relación entre las habilidades administrativas de los dueños pueden generar un incremento de las ventas pero no así la rentabilidad, sin embargo, la participación activa de los propietarios en la gestión del negocio no impacta en el crecimiento pero si genera rentabilidad (Manzaneque et al., 2016; Prjadi & Desiana, 2017; Valls- Martínez & Cruz-Rambaud, 2019).

Trabajos con base en el ROE y el ROA en el área del desempeño financiero de las micro-empresas de países emergentes se han desarrollado en Malasia, Polonia, Nigeria, Uganda, México, Perú y Ecuador, entre otros (Rogerson, 2004; Rivera Godoy & Ruiz Acero, 2011; Adekunle, 2011; Janda et al., 2013; Yazdanfar et al., 2013; Jasiniak & Pastusiak, 2014; Muñoz et al., 2014; Rasiah et al., 2014; Ssebunya et al., 2019; Rodríguez Arrieta, 2019; Vargas-Vega et al., 2020).

2.2.109. Gestión Administrativa

A pesar que la administrativa se puede ver como una disciplina algo nueva, su historia en el pensamiento administrativo es un poco antigua, debido a que nace con el ser humano mismo, pues todo el tiempo ha coexistido la necesidad de gestionar actividades para la toma de decisiones y su respectiva ejecución, de ahí que la administración de tiempos anteriores se vea como una influencia para muchos de los conceptos de la nueva administración que se observan en la actualidad y que pueden ser observados en el código de Hummarahi, reflejados en la forma en la cual muchos países conducen sus asuntos internos (Lazo Cordero, 2018)

Este es representado como el conjunto de tareas y etapas sucesivas mediante las cuales se verifica la gerencia. Esta comprende una sucesión de etapas y funciones cuyo conocimiento termina siendo fundamental para la aplicación del modelo, todos los elementos y las herramientas para el manejo de esta asignatura.

La importancia de la gestión administrativa es construir una sociedad económicamente aceptable, junto a normas sociales que estén mejoradas y con un gobierno más eficaz. Por este motivo la supervisión de estas empresas se basa en la función una administración efectiva, en gran parte la determinación y la satisfacción para muchos objetivos económicos, al igual que sociales y políticos que deben ser parte de la competencia del administrador (Campos Encalada, 2011).

Dentro de una situación compleja, el gran grupo de recursos materiales y humanos para tener a las empresas en una gran magnitud, la administración constituye una disciplina de carácter importante para la realización de objetivos.

Entre los tipos de administración que se visualizan se puede encontrar estos se ajustan al tipo de entidad y pueden ser del sector privado, público o mixto. Su enfoque para desenvolverse se deriva del giro ordinario empresarial que ejerzan (Guanoluisa Maiguanga, 2019).

Administración Pública: Esta contempla el dominio de la gobernación pública que se encarga de ejecutar su poder estatal para encargarse del manejo de las instituciones de derecho público, que deben ser establecidas con anticipación, sean estas locales o nacionales.

Administración Privada: Esta es aquella que se ejecuta en los negocios, las empresas, las fábricas o cualquier organización con recursos privados, dicha empresa debe ser con fines que persigan el lucro y que se desarrollan mediante una acción clave para generar un bien o servicio.

Administración Mixta: Es conocida como administración cuasi pública, ya que las empresas deben conocer sobre la administración y el tipo que estos deben manejar para las actividades que ejerzan, debido a que dependen de ella para poder continuar con el proceso y dar un desarrollo de acuerdo sea el caso.

2.2.11. Formalización administrativa

La formalización hace referencia al grado en el cual una organización depende de reglas y los procedimientos para la dirección del comportamiento de los trabajadores. Muchas organizaciones operan con un número de lineamientos y con poca formalidad. En el diseño de una organización, se comprende el desarrollo o el cambio de la estructura de una empresa. Dicho proceso incluye las decisiones sobre la complejidad y formalidad que se deben utilizar (Flores Orozco, 2015)

Los propósitos del proceso de la organización consisten en: división del trabajo para la realización de los puestos y los departamentos específicos, coordinación de las tareas organizacionales, unificación de tareas de tipo homogéneo dentro de las unidades del trabajo, establecimiento de las relaciones laborales entre individuos, los grupos y las áreas de la empresa, asignación y uso de los recursos empresariales y asignación de las tareas y las responsabilidades dentro de los puestos personalizados.

La formalización puede medirse, con la proporción de los cargos que están regulados y el grado de tolerancia para la aplicación de las reglas de trabajo. Una proporción mayor de cargos normalizados y la variación que se permite, genera la formalización en la organización. Un grado alto de esta formalización no se considera ni bueno ni malo, pero representa una variable a la cual debe someterse una gradual revisión, porque depende del aumento del tamaño de la empresa y una complejidad tecnológica, con características sobre los miembros para la organización (Gilli, 2017).

La tarea de esta suele concentrarse en un manual que la organización debe poseer y tiene como finalidad el guiar a las personas en su trabajo para establecer la ubicación de los cargos en la estructura organizacional, de quien requiera, el mismo que debe estar ajustado a sus funciones y atribuciones.

En sí la formalización administrativa y financiera se encuentra presente dentro de las estructuras de las economías empresariales. La buena estructura administrativa favorece al desarrollo de las funciones de la empresa de modo que se puedan optimizar los recursos materiales y de recursos humanos, para la solucionar la falta de organización presente en las asociaciones (Gutiérrez, 2016).

2.2.12. Trámite administrativo

El procedimiento de la administración consiste en un conjunto de secuencias y normas con actos, que se tramitan ante la autoridad administrativa para formar e impugnar un acto administrativo. Dentro de este proceso, el Estado debe atender a los principios de legalidad y una actividad reglamentada, que se considerara como un mecanismo para la proscripción de su arbitrariedad de la administración (Méndez, 2019).

La actuación de la administración puede traducirse como la realización de las actividades de diverso carácter, donde se pueden satisfacer las necesidades de forma inmediata, con el interés público y para el bien común. Por lo tanto, el proceso administrativo consiste en los supuestos normativos para la formación de una administración relacionada al interés público y el bien común, lo cual deben consistir en el fin que debe perseguir la administración.

Este consiste en un proceso muy particular donde se presentan actividad de planeación, distribución, realización y actividades de inspección que son desarrolladas para la determinación y el alcance de los objetivos que son señalados mediante la intervención de los seres humanos y recursos de otro tipo.

El proceso administrativo se conceptualiza de la siguiente forma, de acuerdo a (López Vega, 2013) tenemos: La Planeación consiste en la fijación de las metas de la empresa, mediante la implantación de estrategias general que ayuden a alcanzar las metas y desarrollar una jerarquización de los planes que se puede integrar y coordinar las actividades. La Organización es el proceso para adoptar una estructura relacional, que puede permitir a los trabajadores manejar los planes de la dirección y alcanzar las metas que se han establecido. La Dirección es clave para la administración a la cual deben someterse los trabajadores, ya que con una buena dirección se puede ejercer un excelente liderazgo. Un líder puede explicar los objetivos de la empresa de forma clara, y se ejerce una influencia para las personas, para contribuir al logro de los fines de la organización y Control que es una vez que se han determinado los fines y se han fijado los planes, es necesario definir el orden de la estructura, que debe ser capacitado y motivado para todo el personal, la gerencia debe encargarse de que los trabajos marchen como debe ser y se vigile el actuar de la organización.

2.2.13. Gestión del conocimiento administrativo

El conocimiento llega a estar definido por la transformación de datos y sobre activos de tipo intelectual que genera valor, siendo visto como una habilidad perdurable para lograr incrementar el conocimiento táctico y la formación de las condiciones sobre el intercambio de datos con los empleados en la forma de la organización y las unidades de la organización empresarial. El conocimiento se desarrolla en base al marco de una nueva economía y la economía del conocimiento donde se reconoce la importancia de los saberes y las ventajas competitivas (Calvo Giraldo, 2018, p. 143)

La gestión del conocimiento posee perspectivas operativas y tácticas, es más detallado que el gestionar el conocimiento intelectual, y se centraliza en cómo dar a conocer y como administrar los pasos relacionados para el conocimiento, así como su innovación, evolución y uso. La característica primordial de este es planificar, desarrollar y auditar, los tipos de movimientos que se relacionen con el aprendizaje y los mecanismos que se requieren para la administración del capital (Castillo, 2020)

Las personas que ejercen un cargo administrativo se denomina comúnmente personal administrativo, estos son gerentes o empleados de la empresa, por lo cual la función de la administración debe denotarse como la que posee carácter competitivo e implica la realización de procesos sistemáticos para el aprendizaje, conforme explican (García y Rodríguez, 2018, p. 1, 11)

2.2.14. Gestión del Marketing

Se menciona que el marketing es un proceso administrativo y social, ya que intervienen en un grupo de personas, que poseen inquietudes y necesidades las mismas mediante una determina cantidad de puntos claves, como la: organización, implementación, control, entre otro, se puede tener un alcance eficiente de la planificación cotidiana. La función central que debe poseer es conseguir las metas que un negocio plantea en relación a los ingresos y la distribución para mantener vigente las actividades, por esto es importante poseer un conocimiento sobre el mercado, para que aquello que desarrolle la empresa le pueda interesar al cliente (Colmont Villacres, 2014)

La función del marketing es considerar las necesidades de los clientes y a partir de esto, se puede diseñar y poner en marcha los procesos de comercialización de los productos o los servicios que una empresa desee. Se emplean múltiples estrategias para desarrollar al marketing y lograr posicionar una marca dentro de la mente de un comprador.

La importancia del marketing dentro del desarrollo de las empresas que se enfatiza y representa con los siguientes aspectos (Deleg, 2014):

1. Posicionar al mercado para definir los productos que ofrecen un mayor valor al satisfacer las necesidades de los clientes.
2. Facilitar la comprensión de las necesidades de los clientes de la empresa.
3. Incrementar las ventas del negocio para generar progresivamente las utilidades del negocio.
4. Elevar la productividad y la competitividad.

5. Proporcionar la información necesaria la deliberar acciones objetivas y dar una optimización a los recursos.
6. Incrementar la aceptación de los productos.

De acuerdo a estos criterios, la gestión de marketing que se refiere como el análisis, el planificar, dirigir y ejecutar para controlar los programas y procesos que se diseñan para formar y mantener un intercambio con beneficios para organizar a los clientes, al igual que los consumidores.

2.2.15. Las 4 P

El termino marketing ha usado en múltiples ocasiones a lo largo de la historia, pero tradicionalmente se puede distinguir con un enfoque del marketing sobre cuánto debe hacer las organizaciones en las actividades comerciales de la empresa. El marketing y la gestión de la calidad puede tomarse como filosofías complementarias, ya que estas llegan a consolidarse al momento de desarrollar a una empresa (San Miguel, 2011).

La mercadotecnia puede darse como una serie de esfuerzos que se encaminan a los productos y se reciben para aceptar que el mercado de consumo sea correspondido por los clientes, las técnicas donde se apoya son varias y difícil de comprender (Velázquez, 2020).

Para Clavijo, (2018) las estrategias de marketing direccionadas al mejoramiento de la empresa se enfocan en las 4Ps del marketing y se detallan de la siguiente manera:

1. Estrategia de Diferenciación hacia el Producto en todos los niveles de vida comercial que posea.
2. Estrategia del Precio, las cuales pueden consistir en el otorgamiento de descuentos para el pago de los créditos con factura y el fijar precios de tipo psicológico.

3. Estrategia de plaza-distribución, que ayudan a mejorar la recepción de los productos y su distribución de los despachos para un correcto manejo de los inventarios.
4. Estrategia de Promoción y Publicidad que ayudan a regular en el fin de un año si existe algún obsequio con compradores frecuentes y generen recompensas a los clientes por fidelidad.

2.2.16. Gestión del conocimiento en Marketing

La Gestión puede definirse como el conjunto de actividades que se organizan para dirigir y controlar dentro de una organización a los planes que se han diseñado. Por este motivo, se referencia al sistema de la gestión en las empresas desde un punto de vista, donde se lo puede entender como “un conjunto de elementos que están relacionados mutuamente para interactuar con las políticas” (Castellanos, 2012)

La Gestión del conocimiento consiste en unas de las áreas con un crecimiento de gran velocidad en las tecnologías relacionadas a las Tics y que engendran una gran cantidad de productos. En esto se incluye, la identificación y el análisis para los conocimientos que tanto se requiere, los cuales deben ser planeados y ejecutados para desarrollar los conocimientos de los objetivos organizacionales.

El comercio electrónico muchas veces se refiere al comercio tradicional, donde nuevas oportunidades que se generan en relación a los comerciantes únicamente por no tener canales de ventas adicionales, para abrir nuevos mercados que se encuentran listos para lograr una promoción de las posibilidades del negocio, donde este comercio representa una ventaja de conocimientos para la gestión (Suárez Rodríguez & Hernández Lavayen, 2020, p. 6)

El marketing involucra estrategias para el estudio del mercado, las ventas, los posicionamientos del mercado, además de otros. Este término usualmente suele confundirse con publicidad, al ser esta última una herramienta de la mercadotecnia. El mercado suele tener como objetivo central el favorecer al comercio entre dos partes para que estos resulten beneficiados.

2.2.17. Pequeñas y Medianas Empresas (MYPES)

Las MYPES en el Ecuador y América Latina en general representan el sector que posee la mayor creación de empleo a su vez que tienen una alta participación en el PIB de los países, pero también son aquellas que poseen un alto grado de fracaso (Trasviña et al, 2017, p. 1, 24) la mayoría desaparece luego de los dos años de creación.

Entre los principales obstáculos que tienen las MYPES para su supervivencia están que los empresarios no poseen conocimientos administrativos necesarios y no tienen un soporte que les ayude a conseguir un crédito lo que les hace más difícil la competitividad en un mercado amplio donde conseguir nuevos clientes es todo un desafío.

Efectividad

La efectividad consiste en la realidad de cuantos objetivos se ha podido alcanzar dentro de una empresa, cuya importancia se conecta con los términos eficiencia y eficacia, a fin conseguir lo que se desea, ya que un plano distinto este término no puede causar el mismo efecto que los otros. (Cachipuendo, 2014)

Sobre la efectividad en los equipos de trabajo que se puede vincular a una empresa, existe un modelo planteado por Rojas, (2017) que concluye que la efectividad de los equipos puede influenciarse por los intercambios de los conocimientos y el compromiso del equipo. Además, presenta que existen factores que ayudan a la productividad que un grupo, los cuales son: recompensa por sistemas, liderazgo, formación y el aprendizaje.

Efectividad Institucional

La efectividad institucional consiste en un proceso sistemático, documentado y explícito, que permite medir el desempeño de una institución en función de los objetivos que se ha trazado. Esta asegura que una universidad debe ejecutar satisfactoriamente la misión, metas y objetivos, mediante el mejoramiento de los

programas académicos, de servicios administrativos y otros servicios de apoyo (Sorel, 2010).

En la Universidad Nacional de Córdoba (2017), esta permite la medición de la efectividad de una organización, por lo cual es preciso una definición y poseer una claridad de lo que se debe dar en relación a la misión y la universidad sobre lo que se desea agregar. El camino para la efectividad de las instituciones consiste en variadas palabras:

1. Misión.
2. Estrategia.
3. Implementación.
4. Evaluación.
5. Mejoramiento.

Efectividad organizacional

La efectividad organizacional se encuentra ligada a la toma de las decisiones, con la finalidad de que mediante las evaluaciones se consiga una mejora continua en relación a las instituciones universitarias, los programas, los variados resultados sobre el aprendizaje y el gran desempeño de los docentes con un especial énfasis en relación al aprendizaje, que puede poseer datos sobre la realidad que mantiene la institución y que genere una cultura de evaluación sobre el ámbito académico y universitario (Terán-Cano & Tituaña-Dávila, 2020, p. 102).

Existen múltiples estudios para la medición de la efectividad organizacional que señalan que la organización se encuentra actualmente en una posición para afirmar que se poseen los canales para calcular la efectividad, mediante los criterios de desempeño.

La efectividad organizacional no es algo que se presente de forma inmediata, sino como el efecto de un proceso de construcción que inicia una empresa, basándose

en la toma de decisiones a través de un consenso, por medio de la compra de materias primas y recursos clave que aumentan los niveles de la productividad dentro de una empresa y para desarrollar los procesos de comunicación que se basen en el respeto y una tolerancia verdadera frente al ejercicio desempeñado (Delgado Romero, 2018)

Un grupo de alto rendimiento es aquel que toma más responsabilidades como lo son la toma de decisiones y estos son capaces de coordinar actividades en un nivel colectivo, al igual que los grupos de gran efectividad que realicen reingeniería por sus métodos gerenciales con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

Efectividad propia

El resultado de la efectividad propia consiste en la edificación de una autoconfianza laboral donde el empleado mediante el desarrollo del carácter propio, además de su rectitud, pudor y dignidad humana, las cuales son necesarias para la transformación del universo, se cristalizan con los principios fundamentales de la eficiencia humana, al desarrollar estos instrumentos como un hábito, se puede alcanzar el éxito permanente en un ámbito personal y a nivel social (Celestino, 1999).

Al darse la presencia de actividades motivacionales que pueden ser consideradas como “tontas”, se está apostando a obtener buenos resultados, estén o no vinculados con los recursos, por lo cual al considerar esto como una herramienta de motivación se genera el efecto en el momento que se posee y dura hasta que se termina, por ejemplo: La Seguridad en el Trabajo, Reconocimiento, Actividades Recreativas y Cultura de Trabajo y Participación.

Efectividad financiera

Mediante el análisis de las finanzas que estudian la liquidez de una empresa se puede determinar su eficiencia operativa y rendimiento. Por este motivo se puede tomar a la empresa como una solvente y que posee una liquidez aceptable, si los

estudios realizados que son basados en cifras ajustadas proporcionan información con validez, actualizada y precisa (Cabrera, 2017).

Para la medición de la efectividad financiera en contabilidad se utilizan indicadores de gestión, con los cuales las empresas utilizan sus recursos. Estos permiten medir la rotación de los componentes contables, como lo son, el activo, pasivo y capital, al igual que su eficiencia y su velocidad de movimiento. Estos indicadores pretenden imprimir un sentido de dinamismo a los recursos, a través de la comparación de los recursos que la empresa posee (Sánchez, 2011).

Por otro lado, la solvencia permite medir la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus compromisos financieros, por esto se deduce, que la rentabilidad de la misma permite medir la efectividad de una empresa al demostrarse por las utilidades de las ventas realizadas (Medina, 2013).

Efectividad administrativa

La efectividad administrativa consiste en la capacidad para lograr que un objetivo sea alcanzado y esperado. Por lo cual se puede decir que la efectividad es la relación de los resultados logrados y los esperados; por lo cual, permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos que se han planificado (Borbor, 2012).

La efectividad normalmente se vincula con la productividad mediante el impacto de los logros grandes y pequeño de los mejores productos de la empresa, pero estos adolecen con la noción del uso de los recursos. Cuantas organizaciones se pueden vanagloriar al reflejar los logros productivos en los anuncios de prensa para presumir ante la competencia, pero lo que no se conoce es el costo de estos resultados, los cuales no se conoce si han respondido a las necesidades de los clientes o no.

Cuando se concentran los beneficios que se han obtenido por medio de la toma de decisiones, al fusionarlos con los esfuerzos para su alcance, el efecto únicamente no será la motivación. Por otro lado, el crecimiento de una empresa se obtiene, a través de la óptima efectividad que es un sinónimo de productividad y por esto la motivación en el ambiente laboral con los integrantes de la organización sin depender del área de trabajo es importante (Guerrero Cubides, 2013).

Efectividad marketing

La efectividad puede ser vista como un sinónimo de calidad; es decir es un proceso, pero se señala en pasos que son llevados a cabo estratégicamente, los cuales arroja resultados positivos. A través de la evaluación y el rendimiento de los resultados que son parte ineludible para alcanzar los altos índices de efectividad (Meléndez, 2018).

La estrategia de marketing para lograr la comercialización directa de un producto consiste en un proceso de cambio con características creativas, además de las formas para medir los resultados de las ventas y el desempeño de una organización, que transforma e implica una concientización de las oportunidades, para hacer productos y generar resultados con efectividad y la obtención de un beneficio máximo para los clientes (Sierra Miranda, 2014)

El desarrollo empresarial está vinculado a múltiples factores, como el crecimiento de una función económico, logrando el crecimiento de varias unidades; mejorando la economía, la efectividad, la eficiencia y el desarrollo de la competitividad. Del mismo modo, se relaciona a la obtención de múltiples escalas de gestión, la solvencia, la rentabilidad y la liquidez. Este desarrollo empresarial articula variados elementos que permiten a un empresario llevar a una unidad empresarial para alcanzar el logro de los objetivos. Dicho concepto integrador se puede ligar a un impacto factible en las empresas para el reconocimiento de las capacidades vinculadas al capital de las personas (Mendoza & Macías, 2021).

a. Definición de Términos

Transferencia de conocimientos: El autor Rodríguez (2019), comenta que la transferencia de conocimientos es aquel proceso colaborativo que permite transmitir a un tercero el conocimiento generado en la universidad, para que este usuario pueda aplicarlo a sus finalidades en un entorno socioeconómico.

Modelo: Un modelo consiste en un diseño simple sobre sistemas en base a la realidad y los fenómenos elaborados para lograr una posibilidad de la comprensión y el estudio de los (Huertas López & Suárez, 2020).

MYPES: Consiste en el conjunto de pequeñas y medianas empresas, que, de acuerdo con el número de trabajadores, volumen de ventas, años en el mercado, y sus niveles de producción, activos, pasivos (que representan su capital) tienen características similares en sus procesos de crecimiento. (Delgado y Chávez, 2018)

I+D+I (Investigación, Desarrollo, Innovación): Es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas. La evaluación a menudo se usa para caracterizar y evaluar temas de interés en una amplia gama de las empresas humanas, incluyendo las artes, la educación, la justicia, la salud, las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, los gobiernos y otros servicios humanos. (De la Garza, 2004)

Control: Este consiste en el proceso administrativo para la administración de los planes y su respectiva medición, con la meta de detectar y prever aquellas desviaciones con relación a la ejecución de las medidas de corrección (Hernández Álvarez, 2020).

Beneficiarios: Individuo o empresa con autorización de percibir ciertas prestaciones económicas o derechos. Dichos privilegios se hacen válidos solo al cumplirse las condiciones establecidas en el contrato respectivo (Westreicher, 2021).

CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis

3.1.1 Tipo de estudio

El tipo de investigación es básica y se basa en un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, de nivel explicativo (Lahitte y Sánchez, 2013), considerando que este tipo de investigación persiguen la característica y el comportamiento de las variables (Gialdino, 2019)

La investigación cuantitativa descriptiva (Ferrán, 1999) se ajustó al análisis de un proceso de gestión basado en las percepciones de los gerentes y el posterior análisis de ratios financieros. Contempló además un estudio relacional causal basado en la correlación Rho de Spearman y un estudio comparativo con base en la U-Mann-Whitney (U-Test) (Gómez Chipana, 2020).

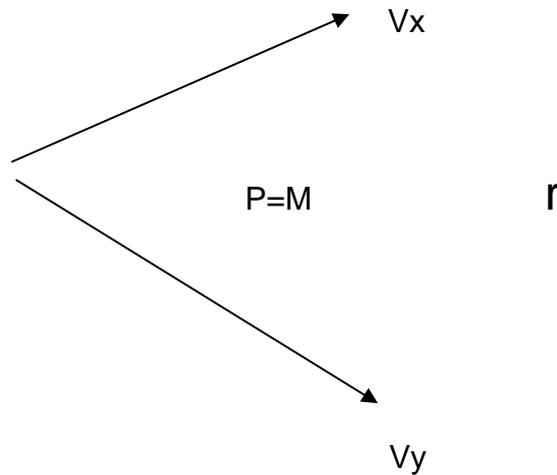
3.1.2 Diseño de contrastación de hipótesis

Estudio relacional causal:

Para determinar la relación que existe entre las variables se diseñará un contraste de hipótesis estadístico inferencial, lo cual permitirá identificar el grado de relación estadística entre las variables del estudio y sus dimensiones, fundamentando el p-valor o relación entra las mismas.

Se realizará un proceso estadístico para el contraste con el software SPSS 24.0. (Nel Quezada, 2014). La prueba de correlación de Rho de Spearman. Se detalla el marco del contrate a realizar.

Diseño estadístico de Contraste de Hipótesis:



Donde:

P= M Población/Muestra seleccionada

V_x= Medición de la variable V_1

V_y= Medición de la variable V_2 .

r = Relación entre las variables V_1 y V_2 .

Prueba de hipótesis para el Objetivo General

H₀: La Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

H₁: La Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

Objetivo específico 1: El conocimiento financiero y la Efectividad en las Mypes.

H₀: El conocimiento financiero no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

H₁: El conocimiento financiero se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

Objetivo específico 2: El conocimiento administrativo y la Efectividad en las Mypes.

H₀: El conocimiento administrativo no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

H₁: El conocimiento administrativo se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

Objetivo específico 3: el diseño de la gestión del conocimiento de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes.

H₀: El diseño de la gestión del conocimiento de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

H₁: El diseño de la gestión del conocimiento de marketing se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Objetivo específico 4: Estudio analítico-comparativo

Una vez calculados los ratios de rentabilidad, las Mypes fueron comparadas con base en su tamaño. Fue considerada la prueba de U-Mann Whitney para muestras independientes (α : 0.05), puesto que la normalidad no fue corroborada (Test de Shapiro-Wilks: p-valor: <0.05). Se partió del supuesto de que había una diferenciación en la rentabilidad de ambos grupos (H₁).

H₀: Grupo1 (Mypes Medianas) y Grupo 2 (Mypes pequeñas) tienen igual rentabilidad.

H₁: Grupo1 (Mypes Medianas) y Grupo 2 (Mypes pequeñas) tienen diferente rentabilidad.

Para toma de decisiones: para todo p-valor o sig. > 0.05 se acepta H₀.

3.2. Población, muestra y muestreo

3.2.1. Población

Estudio relacional causal:

Se considera como población a los 144 gerentes de las 144 empresas (Mypes) de Babahoyo registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020). N = 144(ver tabla 1).

Estudio analítico-comparativo:

Se consideraron a 144 empresas (Mypes) de Babahoyo registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros - SCVS (2020) que contaban con los datos financieros para poder determinar la rentabilidad de las mismas. N = 144 (ver tabla 2).

Tabla 1: Población y muestra: Estudio relacional causal.

| | Población (N) | Muestra (n) |
|-------------------------------|----------------------|--------------------|
| Gerentes de Mypes de Babahoyo | 144 | 46 |

Tabla 2: Población MYPES: Estudio analítico-comparativo.

| | Población (N) | Muestra (n) |
|-------------------|--|-------------------------------------|
| Mypes de Babahoyo | 144 empresas (Mypes) de Babahoyo registradas en la SCVS (2020) que contaban con los datos financieros para poder determinar la rentabilidad de las mismas. | 46 Mypes registradas en SCVS (2020) |

3.2.2. Muestra y muestreo

Estudio relacional causal:

Muestreo no probabilístico e intencionado con base en la disposición de participar en el estudio. Se seleccionaron a 46 gerentes de las empresas registradas en la SCVS (2020) para el año (ver tabla 1).

Estudio analítico-comparativo:

El muestreo fue no probabilístico e intencionado. Se consideraron a 46 empresas (Mypes) de Babahoyo registradas en la SCVS (2020) que contaban con los datos financieros para poder determinar la rentabilidad de las mismas y que correspondían a los informantes gerentes que accedieron a participar en el estudio (ver tabla 2).

3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Método

El método utilizado en esta investigación es el hipotético - deductivo el cual a partir del siglo XXI se utilizan críticamente como un procedimiento que toma unas aseveraciones en calidad de hipótesis y comprobar tales hipótesis con la finalidad de verificar o refutar la hipótesis planteada (Hurtado de Barrera, 2017)

Sin embargo, también se plantea un método de fundamento hipotético deductivo, que consiste en un modelo que parte de premisas generales para lograr el alcance de variadas conclusiones, donde se debe falsar la hipótesis para determinar su veracidad, en caso de que lo sea únicamente en un incremento de la teoría sobre la cual se partió, en donde el planteamiento de las soluciones va en base al corte teórico y la practica (Sánchez Flores, 2019, pág. 108)

3.3.2. Técnicas de recolección de datos

Para el estudio relacional causal la técnica de recolección de información fue la encuesta estructurada como instrumento de investigación explicativa (Rojas, 2015). Para el objetivo 4 se utilizó la técnica de la observación de datos financieros que reposan en la base de datos de la SCVS (2020).

3.3.3. Instrumentos de recolección de datos

Para obtener la información para el estudio relacional causal se utilizó como instrumento el cuestionario de tipo estructurado cuya medición del cumplimiento se realizó con base en una escala ordinal tipo escala de Likert (20 ítems) (ver anexos 2 y 3).

Confiabilidad del cuestionario

La confiabilidad del instrumento de recolección de los datos se realizó mediante el “coeficiente de Alpha de Cronbach”, el cual se calculó a partir de una prueba piloto a 20 gerentes de Mypes de Babahoyo. Para la variable “Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing”, el α fue de 0.889. Para la “Efectividad en las Mypes” el α fue de 0.873 (ver tabla 3 y anexo 4).

Estos valores reflejan la confiabilidad del instrumento ($\alpha > 0.8$; confiabilidad muy alta).

Tabla 3: Confiabilidad Alfa de Cronbach.

| Detalle | Confiabilidad |
|--|------------------|
| | Alfa de Cronbach |
| Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing | 0.889 |
| Efectividad en las Mypes | 0.873 |

Tabla 4: Interpretación del Coeficiente Alpha de Cronbach.

| Categoría | Intervalo |
|-----------|----------------|
| Nula | 0.00 |
| Muy Baja | De 0.00 a 0.20 |
| Baja | De 0.21 a 0.40 |
| Moderada | De 0.41 a 0.60 |
| Alta | De 0.61 a 0.80 |
| Muy Alta | De 0.81 a 1.00 |
| Perfecta | 1.00 |

Fuente: (UTP (Universidad Técnica de Pereira), 2017)

Para el objetivo 4 se empleó una ficha de observación donde se vaciaron los valores de interés financiero que se encuentran disponibles en la base de datos de la SCVS (2020) (ver anexo 5).

3.4. Plan de procesamiento y análisis de datos

3.4.1. Fase analítica descriptiva

Para los objetivos específicos 1 al 3 se calcularon frecuencias estadísticas y porcentajes. Para el objetivo específico 4 se obtuvieron medidas de tendencia central (promedio y mediana) y las medidas de dispersión (desviación estándar). Se utilizaron como software de apoyo Excel y SSPS 24.0. Los resultados se plasmaron en tablas.

3.4.2. Fase de contraste de hipótesis

El procedimiento probabilístico para este estudio contempló la correlación de Rho de Spearman que es una prueba no paramétrica que mide la relación entre dos variables (Tomás, 2010). En este procedimiento de contraste de hipótesis estadísticas se hizo uso del software SPSS 24 con el cual se obtuvo resultados con significancia (p-valor) tabulados en una matriz de doble entrada que permitió aceptar o rechazar la hipótesis nula.

Para la comparación de Mypes se utilizó la prueba no paramétrica de comparación U-Mann-Whitney (U-Test). Los distintos sistemas de hipótesis estadísticas se señalaron en la sección 3.1.2 (Diseño de contrastación de hipótesis).

3.4.3. Fase de diseño de la propuesta

El objetivo específico 5 planteó el diseño de un modelo de gestión que integre las áreas administrativas, financieras y de marketing.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Una vez que se tabularon los datos de la encuesta se procedió a realizar el análisis de los resultados entre las variables de la investigación y las dimensiones de la variable independiente con la variable dependiente los cuales a continuación se detallan:

4.1.1. El diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing y la efectividad en las Mypes.

Resultado para el objetivo general: Determinar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing permiten efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Tabla 5: Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing y Efectividad en las Mypes.

| Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing | | | | Efectividad en la Mypes | | | |
|--|---------|-----------|----------------|-------------------------|----------|-----------|----------------|
| Nivel | Puntaje | n | % P.E. | Nivel | Puntaje | n | % G. A. |
| Alto | 32 a 52 | 33 | 74% | Alto | 16 a 37 | 28 | 65% |
| Medio | 6 a 31 | 12 | 26% | Medio | 6 a 15 | 16 | 35% |
| Bajo | 0 a 5 | 1 | 0% | Bajo | 0 a 5 | 2 | 0% |
| Total | | 46 | 100,00% | Total | 0 | 46 | 100,00% |

Fuente: Encuestas.

Se observa que en la tabla 5 los niveles de la variable independiente (Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing) y la variable dependiente (Efectividad en la Mypes), con un 74% y 65% respectivamente, estos valores reflejan que se encuentran en el nivel alto. El nivel medio alcanzó porcentajes de 26% y 35%, respectivamente.

Prueba de hipótesis para el objetivo general

H₀: La Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

H₁: La Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

Tabla 6: Correlación Rho Spearman de las variables: Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing y Efectividad en las Mypes

| | | | Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing | Efectividad en las Mypes |
|------------------------|---|-----------------------------|--|--------------------------|
| Rho de Spearman | Gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing | Coefficiente de correlación | 1 | ,697** |
| | | Sig. (bilateral) | | 0,000 |
| | Efectividad en las Mypes | Coefficiente de correlación | ,697** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | |
| | | N | 46 | 46 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 6, se demuestra la correlación que tiene la variable dependiente y la variable independiente de la investigación, gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing y la Efectividad en las Mypes; el resultado de su correlación es de 0,697 y un nivel de significancia (Sig. 0.000 < 0,05), dando por

entendido que se rechaza la hipótesis alternativa H_0 . Con base en la tabla 5 interpretación del coeficiente de correlación, se comenta que existe una correlación entre las dos variables.

4.1.2. El diseño de la gestión del conocimiento financiero y la efectividad en las Mypes.

Resultado para el objetivo específico 1: Analizar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Tabla 7: Resultados del objetivo específico 1

| RESULTADO DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | |
|---|---|
| Resultados resumen de Variable Dependiente | Resultados resumen de Variable Independiente |
| Respuestas | Respuestas |
| Tot de acuerdo (68%) | Tot de acuerdo (70%) |
| De acuerdo (20%) | De acuerdo (20%) |
| Indeciso (8%) | Indeciso (9%) |
| En desacuerdo (3%) | En desacuerdo (1%) |
| Tot en desacuerdo (0%) | |

Prueba de hipótesis

H_0 : El conocimiento financiero no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

H_1 : El conocimiento financiero se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

Tabla 8: Correlación entre el conocimiento financiero y la Efectividad en las Mypes.

| | | | Conocimiento financiero | Efectividad en las Mypes | |
|------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----|
| Rho de Spearman | Conocimiento financiero | Coefficiente de correlación | 1 | ,985** | |
| | | Sig. (bilateral) | | 0,000 | |
| | Efectividad en las Mypes | Coefficiente de correlación | ,985** | 1,000 | |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | | |
| | N | | | 46 | 46 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas

La correlación entre el conocimiento financiero y la Efectividad en las Mypes fue de $r: 0.985$ y un nivel de significancia ($\text{Sig. } 0,000 < 0,05$), dando por señalado que se acepta la hipótesis alternativa H_1 . (Ver Tabla 7).

4.1.3. El diseño de la gestión del conocimiento administrativo y la efectividad en las Mypes.

Resultado para el objetivo específico 2: Describir como el diseño de la gestión del conocimiento administrativo, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Tabla 9: Resultados del objetivo específico 2

| RESULTADO DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | |
|---|---|
| Resultados resumen de Variable Dependiente | Resultados resumen de Variable Independiente |
| Respuestas | Respuestas |
| Tot de acuerdo (72%) | Tot de acuerdo (35%) |
| De acuerdo (25%) | De acuerdo (37%) |
| Indeciso (2%) | Indeciso (20%) |
| En desacuerdo (2%) | En desacuerdo (9%) |

Prueba de hipótesis

H₀: La gestión del conocimiento administrativo no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020

H₁: La gestión del conocimiento administrativo se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Tabla 10: Correlación entre la gestión del conocimiento administrativo y la Efectividad en las Mypes.

| | | Gestión del conocimiento administrativo | Efectividad en las Mypes |
|------------------------|--|--|---------------------------------|
| Rho de Spearman | Gestión del conocimiento administrativo | Coeficiente de correlación | 1 |
| | | Sig. (bilateral) | ,763** |
| | Efectividad en las Mypes | Coeficiente de correlación | ,763** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| N | | 46 | 46 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas.

En la tabla 10 se demuestra la correlación que tiene la gestión del conocimiento administrativo y la Efectividad en las Mypes; se llegó a este resultado mediante la utilización de la correlación de Rho Spearman siendo de 0.763 y un nivel de significancia (Sig. 0.000 < 0.05), dando por señalado que se acepta la hipótesis alternativa H_1 .

4.1.4. La gestión del conocimiento de marketing y la efectividad en las Mypes.

Resultado para el objetivo específico 3: Explicar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Tabla 11: Resultados del objetivo específico 3

| RESULTADO DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | |
|---|---|
| Resultados resumen de Variable Dependiente | Resultados resumen de Variable Independiente |
| Respuestas | Respuestas |
| Tot de acuerdo (53%) | Tot de acuerdo (87%) |
| De acuerdo (27%) | De acuerdo (9%) |
| Indeciso (10%) | Indeciso (2%) |
| En desacuerdo (8%) | En desacuerdo (2%) |
| Tot en desacuerdo (2%) | |

Fuente: Encuestas

Prueba de hipótesis

H₀: El diseño de la gestión del conocimiento de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

H₁: El diseño de la gestión del conocimiento de marketing se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

Tabla 12: Correlación entre el diseño de la gestión del conocimiento de marketing no se relaciona significativamente con la Efectividad en las Mypes.

| | | | Diseño de la gestión del conocimiento de marketing | Efectividad en las Mypes | |
|------------------------|---|----------------------------|--|--------------------------|----|
| Rho de Spearman | Diseño de la gestión del conocimiento de marketing | Coeficiente de correlación | 1 | ,836** | |
| | | Sig. (bilateral) | | 0,000 | |
| | Efectividad en las Mypes | Coeficiente de correlación | ,836** | 1,000 | |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | | |
| | | | N | 46 | 46 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuestas

En la tabla 12 se muestra la correlación entre el diseño de la gestión del conocimiento de marketing y la variable dependiente la Efectividad en las Mypes; se llegó a este resultado mediante la utilización de la correlación de Rho Spearman siendo este de 0.836 y un nivel de significancia (Sig. 0.000 < 0.05), dando por señalado que se acepta la hipótesis alternativa H₁.

4.1.5. Análisis de los ratios de rentabilidad financiera de las Mypes del cantón Babahoyo

Se calcularon los ratios de rentabilidad las Mypes. Se puede apreciar en la tabla 15 que la media del ROE fue de -21.09 ± 138.97 , que indica que existe una relación negativa entre el beneficio neto de las Mypes y los fondos propios declarados. Se

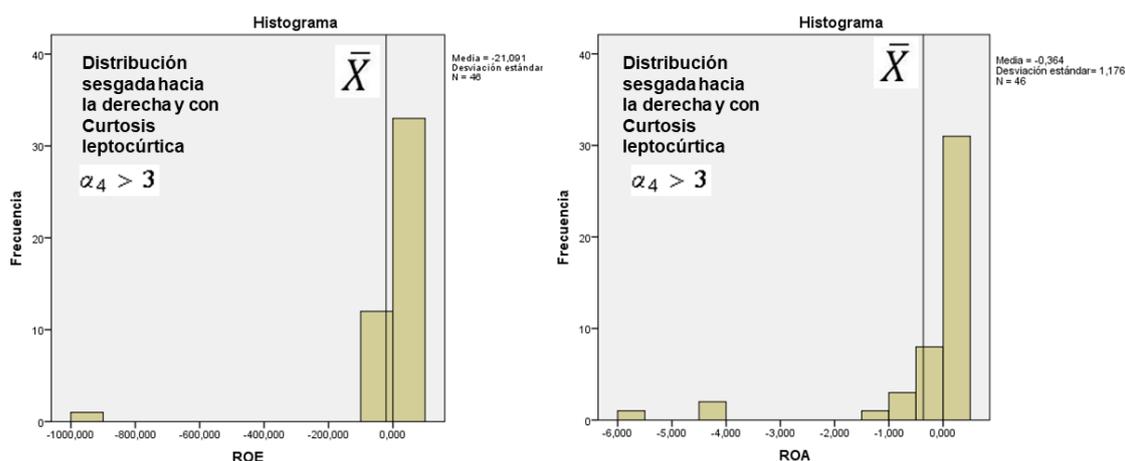
observó que la desviación típica fue alta ± 138.97), que evidencia la existencia de una heterogeneidad en el sector Mypes de Babahoyo (ver tabla 13).

Tabla 13: Descriptivos sobre los Ratios de rentabilidad financiera las Mypes.

| | N | Media | DS | Mediana | Asimetría | Curtosis |
|------------|----|--------|--------|---------|-----------|----------|
| ROE | 44 | -21.09 | 138.97 | 0.03 | -6.67 | 44.91 |
| ROA | 44 | -0.36 | 1.18 | 0.01 | -3.53 | 12.11 |

El ROA fue también negativo (-0.36 ± 1.18) que pone de manifiesto que las Mypes están invirtiendo capital en su proceso de producción, pero a pesar de esto registran bajos ingresos (ver tabla 13). Se aprecia que la mediana calculada tanto para el ROE como para el ROA es cero, de donde se desprende que la mitad de las Mypes tienen ausencia de rentabilidad (-), mientras la otra mitad reporta alguna rentabilidad positiva.

El “coeficiente de asimetría” (CA) también resultó negativo (ver tabla 13 y figura 2), lo que indica que las Mypes exhiben una distribución hacia la derecha. Esto revela que hay Pymes que muestran rentabilidad.



ROE: -21.09 ± 138.97 < ROA: -0.36 ± 1.18 . El costo de la deuda adquirida es mayor a la rentabilidad económica.

Figura 2: Histogramas para los ratios financieros de rentabilidad ROE y ROA.

También la Curtosis indica que la distribución de frecuencias tanto para el ROE como el ROA se apuntalan (>3 : leptocúrtica), revelando una agrupación mayor alrededor del promedio de ambos índices, el cual se ve afectado por la variabilidad existente (ver tabla 13 y figura 2).

El ROE resultó ser menor que el ROA (ROE: $-21.09 \pm 138.97 < \text{ROA: } -0.36 \pm 1.18$). Esto demuestra **que el costo de la deuda adquirida es mayor a la rentabilidad económica**. Esto se aleja del punto ROE = ROA, por tanto no hay un estadio ideal, ya que el activo se financia con fondos los propios de los inversionistas de esas Mypes (ver tabla 13).

Comparación de ratios de rentabilidad entre las Mypes-Medias y Mypes-Pequeñas)

Se calcularon los ratios de rentabilidad las Mypes según su tamaño declarado ante la SCVS (2020). Se desprende de la tabla 16 que la media del ROE (Mypes-Medias) fue de -42.02 ± 196.44 , mientras que para las Mypes-Pequeñas alcanzó un -0.17 ± 0.82 . Aunque ambos son negativos, el de las Mypes-Pequeñas resulta mayor, sin embargo, indican que existe una relación negativa entre el beneficio neto de las Mypes y el patrimonio declarado, acentuándose esto aún más en el caso de las Mypes-Medias, las cuales también tienen una mayor variabilidad (± 196.44) (ver tabla 14).

El ROA calculado fue también negativo para ambos tipos de Mypes: (Mypes-Medias: -0.62 ± 1.61 / Mypes-Pequeñas alcanzó un -0.11 ± 0.30) que pone en evidencia que en promedio las Mypes están invirtiendo capital en su proceso productivo, pero aun así registran bajos ingresos o pérdidas (ver tabla 16). Se aprecia que la mediana calculada tanto para el ROE como para el ROA es prácticamente cero, desprendiéndose de esto que un 50% de las Mypes tienen ausencia de rentabilidad.

Tabla 14: Descriptivos sobre los Ratios de rentabilidad financiera por tamaño de las Mypes.

| Tamaño Pymes | Ratio | Media | DS | Mediana | Asimetría | Curtosis | U-Test | p-valor |
|--------------|-------|--------|--------|---------|-----------|----------|--------|---------|
| Medianas | ROE | -42.02 | 196.44 | 0.03 | -4.71 | 22.40 | 243.0 | 0.636 |
| Pequeñas | ROE | -0.17 | 0.82 | 0.01 | -1.60 | 4.02 | | |
| Medianas | ROA | -0.62 | 1.61 | 0.01 | -2.42 | 4.69 | 237.0 | 0.544 |
| Pequeñas | ROA | -0.11 | 0.30 | 0.00 | -2.26 | 5.61 | | |

Nota: Test de normalidad de Shapiro-Wilks: p-valor: <0.05; las variables no cumplen con el supuesto de normalidad.

El “coeficiente de asimetría” (CA) fue negativo (ver tabla 14 y figuras 3 y 4), lo que demuestra que las Mypes exhiben una distribución hacia la derecha. Esto indica que hay Pymes que generan rentabilidad.

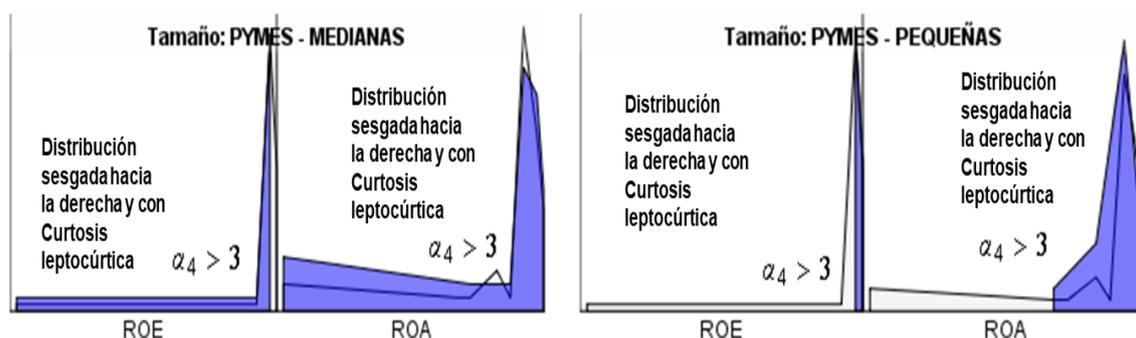


Figura 3: Distribuciones de frecuencias para los ratios financieros de rentabilidad ROE y ROA.

También la Curtosis (>3) indica que la distribución de frecuencias es *leptocúrtica* tanto para el ROA como para el ROE resultan apuntaladas, presentando una mayor agrupación en torno al promedio de los dos ratios, el cual se ve afectado por la variabilidad existente sobre todo en el caso del ROE de las Mypes-Medianas (± 196.44) (ver tabla 14 y figuras 3 y 4).

Nuevamente el ROE resultó ser menor que el ROA en ambos tamaños de empresas (**ROE < ROA**). Esto reafirma el hecho de que el costo de la deuda adquirida es mayor a la rentabilidad económica, mostrándose así un desequilibrio ($ROE \neq ROA$), por tanto no se cuenta con balance ideal, puesto que el activo es financiado con fondos propios de los inversionistas (ver tabla 14).

Las Mypes fueron comparadas con base en su tamaño para determinar si existía una rentabilidad diferenciada a partir del factor tamaño de la Mypes. Fue utilizada la prueba de U-Mann Whitney para muestras independientes ($\alpha: 0.05$), puesto que la normalidad no fue corroborada (Test de Shapiro-Wilks: p-valor: <0.05). Se partió del supuesto de que había una diferenciación en la rentabilidad de ambos grupos (H_1) (ver tabla 14).

El contraste de hipótesis establecido fue:

H₀: Grupo1 (Mypes Medianas) y Grupo 2 (Mypes pequeñas) tienen igual rentabilidad.

H₁: Grupo1 (Mypes Medianas) y Grupo 2 (Mypes pequeñas) tienen diferente rentabilidad.

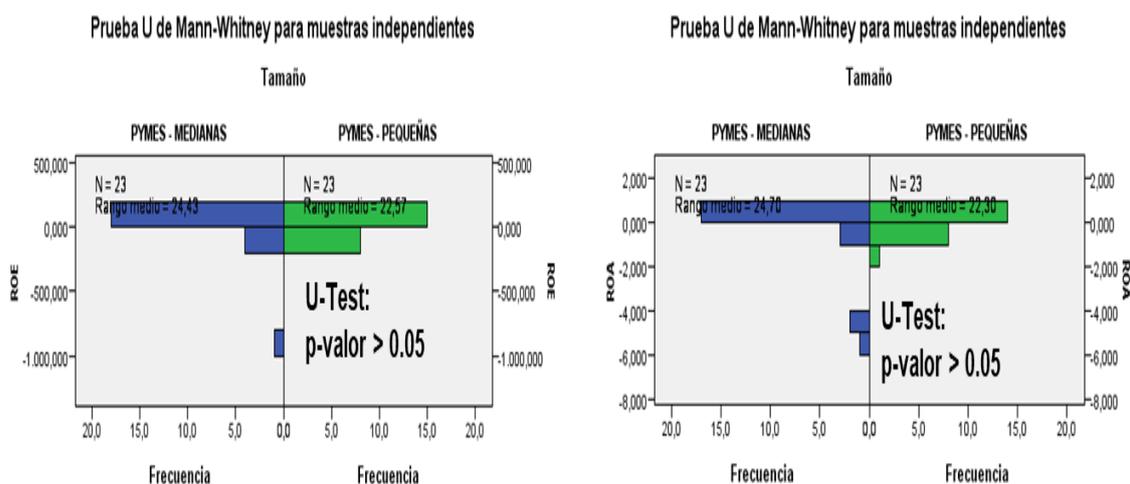


Figura 4: Contraste de hipótesis entre Mypes Medianas y Pequeñas con base en los ratios financieros de rentabilidad ROE y ROA.

Sin embargo, los valores del contraste entre pequeñas y medianas empresas con respecto al ROE [(ROE: U-Test: 243.0; p-valor 0.636 > 0.05)] no revela diferencias

significativas (se acepta H_0). El contraste con base en el ROA entre ambos tipos de empresas tampoco arrojó diferencias significativas [(ROA: U-Test: 237.0; p-valor $0.544 > 0.05$)] (se acepta H_0). Esto indica que hay factores que afectan por igual el desempeño financiero de estas Mypes (ver tabla 14).

La **hipótesis de investigación** para este objetivo específico 4 señalaba que los ratios de rentabilidad financiera de las Mypes del cantón Babahoyo, indican una rentabilidad heterogénea que no se corresponde desde el punto de vista objetivo con las percepciones de los gerentes de las Mypes encuestados. Esto fue confirmado por los estadísticos. Revela también que todavía los abordajes subjetivistas que cuantifican percepciones distan de las realidades empíricas propias de la rentabilidad de las Mypes.

4.1.6. Propuesta de modelo de diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo, marketing que permite efectividad en las Mypes.

Contexto

El modelo de gestión de conocimiento que se busca aplicar debe estar basado en variados componentes entre los cuales, se destacan el conocimiento financiero, administrativo y de marketing, permitiendo el desarrollo de un conjunto de actividades que permitan la formación al igual que la transferencia y la apropiación de conocimientos variados, siendo algo que va más allá de una intención exteriorizada sobre la misión y visión que posee la entidad.

Esto representa una necesidad para generar un desarrollo local que se encuentre anexada a un plan de desarrollo, donde se logre una articulación eficiente entre empresas, y universidad, para que las organizaciones permitan la promoción de la innovación, al igual que la ciencia y la tecnología.

El modelo de diseño de gestión de conocimiento tendrá la siguiente estructura:

- a. Estrategia: Creación de documento de planificación organizacional para las MYPES.
- b. Estructura: Diseño del proceso de gestión de conocimiento Universidad – MYPES.
- c. Contenidos: Estructura de las líneas temáticas.
- d. Evaluación: Planificación de estándares de evaluación y medición.

Estrategia

Dentro de la fase de desarrollo de las estrategias se considera necesario recurrir a un problema de formulación estratégica, donde las actividades puedan diseñarse en función de una colaboración continua entre la universidad y la sociedad empresarial del cantón Babahoyo. Por este motivo, con la finalidad de mejorar la participación de las empresas y su vinculación con la misma se establece la siguiente matriz de actividades para la estrategia.

Tabla 15: Creación de planificación organizacional.

| Actividad: Creación de planificación organizacional | | |
|---|--------------------------|---------------------|
| Objetivo: Mejorar la capacidad de trabajo de las empresas a través del uso de la organización empresarial que permita una mejor distribución de actividades operativas. | | |
| ACTIVIDADES A DESARROLLAR | VINCULACIÓN | PERIODICIDAD |
| 1. Ejercer una vinculación y proceso entre la relación conocimiento-individuo, encontrándose ligada en su gran mayoría al sujeto. Las empresas van a depender del conocimiento que se aplique para el respectivo conocimiento. 2. Generar un proceso de involucramiento de la tecnología, siendo los métodos, el software y cualquier otro instrumento un punto que facilite la adquisición de conocimientos. 3. Establecer un cambio en la cultura organizacional para propiciar el clima que permita el desarrollo en base a las actividades diarias. | Universidad MYPES | Anual |

Elaboración propia.

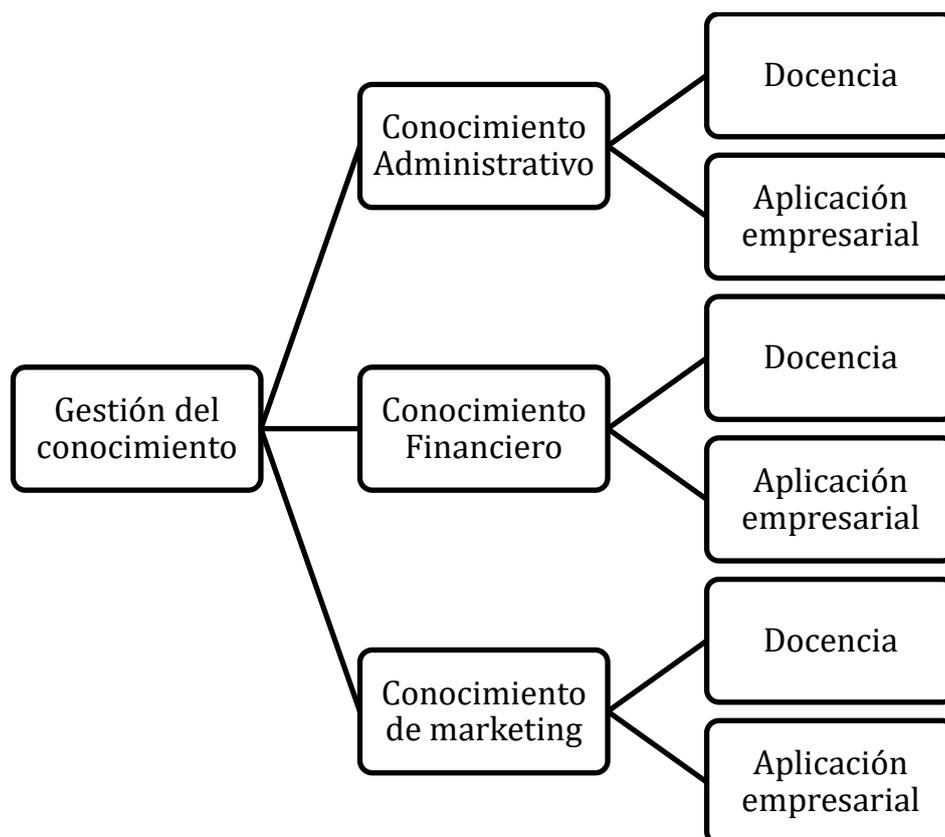
Estructura

El proceso del diseño de gestión del conocimiento de gestión entre el conocimiento entre las MYPES y también de la Universidad, la misma que debe estar integrada en relación a una serie de aspectos determinantes:

1. Organización
2. Cultura
3. Individuos
4. Tecnologías
5. Medición.

Contenido

Entre los procesos para la estructura de las líneas temáticas, se establece el siguiente diagrama:



**Figura 5: Procesos para la estructura de las líneas temáticas.
Elaboración propia.**

Evaluación

Este proceso permite la planificación de estándares para una evaluación eficiente y también lograr una medición, donde se permita la evaluación de los resultados que integre una serie de indicadores que permitan establecer procesos de mejora a través del diseño de acciones que permitan corregir los errores.

Medición

La aplicación de indicadores es uno de los métodos más utilizados para la medición de las actividades que requieran ser analizadas, para su posterior corrección y mejora del proceso. El indicador de efectividad permite conocer si la acción u operación realizada ha sido efectiva, para poder aplicar este tipo de indicador es necesario medir la eficacia y eficiencia dado que, la efectividad es una junción de ambas.

Indicador de eficacia. $(\text{Resultado alcanzado} * 100) / \text{Resultado previsto}$. Esto nos dará un porcentaje que podremos evaluar en función de una tabla de percentiles, de modo que en función del resultado le otorgaremos una puntuación del 1 al 5, siendo 1 muy ineficaz y 5 muy eficaz.

Indicador de eficiencia: $(\text{Resultado alcanzado} / \text{Costo real}) * \text{Tiempo invertido} / (\text{Resultado esperado} / \text{Coste estimado}) * \text{Tiempo previsto}$.

En este caso, el análisis del indicador también se hará en virtud de una tabla donde si el resultado es menor a 1, se considerará ineficiente; si es igual a 1, eficiente; y si supera la unidad, será muy eficiente. En cada caso, asignaremos una puntuación a cada horquilla; por ejemplo, 5, 3 y 1 de más a menos eficiente.

Indicador de efectividad: $(\text{Puntaje de eficiencia} / \text{Puntaje de eficacia}) / 2$ / Máxima puntuación posible.

El resultado porcentual obtenido dará a conocer lo efectiva que es la acción, operación o actividad analizada.

Ratios financieros y rentabilidad de las empresas

El modelo contempla la formación en el cálculo de ratios financieros que coadyuven al mejor desempeño de los gerentes. La capacitación incluiría el proceso de recolección de información sobre las variables que contempla la SCVS (2020) y que se mantienen hasta el presente para cualquier empresa.

Activos – Patrimonio - Ingreso por ventas - Utilidad neta - ROE (utilidad neta / patrimonio) – ROA (utilidad neta / activos totales).

Para este fin se instruirá a los participantes en el empleo de la ficha financiera (anexo 5 - Ficha de datos financieros de las Mypes).

4.2. Discusión

De acuerdo con el propósito de la investigación que es determinar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing permiten efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020, los resultados demuestran que la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing se encuentra en un nivel alto de implicancia del 74% y la efectividad de las Mypes de igual manera con un 65%. Con un nivel de significancia con valor p de 0,000 menor a 0,01 y el coeficiente de Spearman del 0,697.

El resultado obtenido ha determinado la correlación de las variables, gestión de conocimiento financiero, administrativo y la efectividad en las Mypes es alta. Dando a entender que los conocimientos adquiridos por las personas en su formación universitaria son un factor clave para el desarrollo y crecimiento de una empresa, como lo señala Fombuena, (2019) que a través de su investigación “Mypes un éxito” comenta que el proceso de gestión de conocimiento e innovación de las

universidades españolas tienen el grado de influencia y conectividad con las instituciones que son líderes, sus resultados demostraron que la aplicación del conocimiento en las empresas que apenas están naciendo, conglomerando los conocimientos que se forman en las instituciones de educación superior (p. 240).

Si bien es cierto, la correlación determinada es alta (0.697) pero no perfecta (1.00), por ello es preciso hacer hincapié en la formación de conocimientos administrativos, que reciben las personas en su carrera universitaria, ya que, si esta área mejorase, en consecuencia, la efectividad de las MYPES, también lo haría.

Estos hallazgos de la investigación coinciden con los mencionados por el autor (Gómez Chipana, 2020), en su artículo “Análisis Correlacional de la formación Académico-Profesional” donde comenta que el análisis correlacional se caracteriza por utilizar un enfoque destinado a conocer la relación o un grado de asociación existentes entre 2 o más sujetos o variables dentro de una muestra establecida o algún contexto en particular.

Los resultados que se obtuvieron de la correlación entre el diseño de la gestión del conocimiento financiero y la efectividad en las Mypes fue de un Rho Spearman de 0.985 demostrando una alta implicancia en la variable de estudio, como lo señalan los autores (Cabanillas et al, 2020), los cuales comentan que la creación y uso de conocimientos financieros y el nivel de su profundización permiten elevar la capacidad de las personas, logrando aumentar el valor de la sociedad y de otros aspectos relacionados para la solución de problemas bastantes complejos que llegan a suceder en la vida real, generando un desarrollo de varios actores de la sociedad, como son estudiantes, ciudadanos y trabajadores que logren una innovación sobre conocimientos y lograr aprender algo a lo largo de la vida.

Los resultados también coinciden con los encontrados por Delfín y Acosta (2016) donde se obtuvo un Rho Spearman de 0.763 evidenciando una favorable vinculación entre el diseño de la gestión del conocimiento administrativo y la variable efectividad en las Mypes, y como lo señalan los autores su trabajo “Importancia y análisis del desarrollo empresarial”, el desarrollo de las MYPES

dentro del mercado mundial debe ser una prioridad para generar un incremento económico dentro de cada país; no solo buscar el crecimiento en una producción mayor, también deben centrarse en diferentes factores que permitan reflejar un crecimiento a mayor escala.

En la tabla 12, se muestran los resultados obtenidos del diseño de la gestión del conocimiento de marketing y la variable efectividad en la Mypes, con una correlación de Spearman de 0,836, dando por sentado que existe una gran influencia en su relación. Morales et al (2012) afirman que las personas puedan lograr nuevos métodos para hacer las cosas y de lograr una implementación ideal de herramientas que se vinculen a la novedad y a la forma implícita sobre variados procesos adaptivos de la cualquier circunstancia; para que exista una adecuada efectividad en lo que quieras emprender, se requiere de organización y estrategias.

Torres & Lamenta (2015) señalan que el proceso de la gestión de conocimientos llega a mejorar el desempeño de las organizaciones (Mypes) sobre múltiples vías de alcanzar una organización ideal e inteligente, sin embargo, ya no es suficiente por si sola; dado que esta involucra a la planificación de estrategias y métodos que logran un establecimiento de políticas y la colaboración del personal de la organización en un gran sentido del compromiso para la ejecución del trabajo y una aceptación de los procesos. Este proceso apoya a la formación del conocimiento y obtener información seleccionada, la organización y la comunicación sobre el personal activo, que genera un ciclo de acciones como la resolución de problemas dinámica en base al aprendizaje y la toma de las decisiones.

Toda empresa o negocio con el propósito de determinar y verificar su productividad aplican indicadores de medición que permiten conocer ello, el más utilizado es el indicador de efectividad que como su nombre lo indica, mide la efectividad con la que se realizan las diversas operaciones que lleva a cabo la entidad. Para poder medir la efectividad es necesario acudir desde el plano objetivo a indicadores financieros de rentabilidad.

Los resultados del objetivo específico 4 sirvieron para validar desde el plano objetivo empírico si el supuesto de partida sobre efectividad de las Mypes (rentabilidad en lo operacional) realmente se ajustaba al imaginario social sobre efectividad que manejaban.

Los resultados del ROE (-21.09 ± 138.97) y ROA (-0.36 ± 1.18) calculados fueron negativos. Del ROE se puede decir que se obtuvo una relación negativa entre el beneficio neto de las Mypes y el patrimonio declarado, aun cuando hay que señalar que la heterogeneidad de estas empresas fue alta (± 138.97) en Babahoyo (ver tabla 13). Las medidas de Curtosis y asimetría confirmaron estas apreciaciones.

Con respecto al ROE se desprende de estos datos que las Mypes invierten capital para la producción, pero registran bajos ingresos (ver tabla 13), evidenciando esto serios problemas de ausencia de rentabilidad (-) en términos generales.

La identificación de los ratios entre las Pymes segmentadas por tamaño reflejó la misma situación. Cuando se compararon los ratios financieros de ROE y ROA entre empresas pequeñas y grandes, no se encontraron diferencias significativas [(ROE: U-Test: 243.0; p-valor $0.636 > 0.05$)] [(ROA: U-Test: 237.0; p-valor $0.544 > 0.05$)] (se acepta H_0 en ambos casos). Esto pone en evidencia que existen factores que afectan por igual el desempeño financiero de estas Mypes (ver tabla 14).

En todos los casos discriminados el ROE fue $<$ que el ROA, incluida la segmentación por tamaño. Se confirma así que el costo de la deuda supera a la rentabilidad económica, demostrándose la existencia de un desequilibrio (ROE \neq ROA), y la ausencia de un balance ideal (ver tabla 14).

Situaciones similares han sido resaltadas por Manzaneque et al. (2016), Prjadi & Desiana (2017) y Valls- Martínez & Cruz-Rambaud (2019), quienes señalan que la rentabilidad de las Mypes ponen en evidencia las carencias en habilidades administrativas de los dueños e inversionistas, y que el patrimonio puede impulsar las ventas pero no necesariamente la rentabilidad, por tanto resulta necesario plasmar competencias financieras más allá de las percepciones.

Esta resulta ser una problemática frecuente en países emergentes, donde el el ROA y el ROE reflejan un desempeño financiero de las micro-empresas de que no es el estimado por los dueños e inversores (Rogerson, 2004; Rivera Godoy & Ruiz Acero, 2011; Adekunle, 2011; Janda et al., 2013; Yazdanfar et al., 2013; Jasiniak & Pastusiak, 2014; Muñoz et al., 2014; Rasiyah et al., 2014; Ssebunya et al., 2019; Rodríguez Arrieta, 2019; Vargas-Vega et al., 2020).

De hecho se ha señalado que la principal dificultad que enfrentan estas Mypes es el de llevar una adecuada contabilidad y manejo de las finanzas, puesto que es quías este el principal factor que conduce al fracaso de las mismas en un tiempo relativamente corto (Muñoz et al., 2014; Rasiyah et al., 2014; Ssebunya et al., 2019; Rodríguez Arrieta, 2019; Vargas-Vega et al., 2020).

En Ecuador una situación similar fue reportada por Zambrano-Farías et al., (2021) en la Provincia de Guayas. Por tanto se aprecia que la problemática de las Mypes, más allá de las buenas intenciones de emprendimiento, pasa por el reconocimiento y relevancia del monitoreo financiero de las mismas (Zambrano-Farías et al., 2021). Esto se aleja de impresiones subjetivas. Lo señalado justifica la realización y diseño del modelo planteado a raíz del objetivo específico 4.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

1. Con respecto al objetivo general se determinó que el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y de marketing ha permitido una efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, demostrándose porcentualmente con un 65% en efectividad. Y con la asociación de estas variables expresadas con coeficiente de Spearman el 0.697 indicando que las buenas prácticas de gestión basadas en la economía en las finanzas y en el marketing asegura el éxito de las unidades económicas que son fundamentales para el producto bruto interno.

2. En relación al objetivo específico 1, las percepciones sobre la *gestión del conocimiento administrativo* resultó ser una variable que influye sobre la efectividad de las Mypes, puesto que se obtuvieron valores de rho de Spearman significativos ($p\text{-valor} \leq 0.05$). Esto indica que el imaginario social de los gerentes sobre la *gestión del conocimiento administrativo* se alinea con la efectividad de las Mypes.

3. En relación al objetivo específico 2, las percepciones sobre la *gestión del conocimiento financiero* resultaron ser influyes sobre la efectividad de las Mypes, (rho de Spearman: $p\text{-valor} \leq 0.05$). Se desprende de esto que la subjetividad sobre este conocimiento se relaciona con la efectividad de las Mypes.

4. En cuanto al objetivo específico 3, se determinó que la *gestión del conocimiento del marketing* también influye sobre la efectividad de las Mypes, puesto que surgió un valor rho de Spearman significativo ($p\text{-valor} \leq 0.05$). Esto indica nuevamente que el imaginario social de los gerentes alinea el manejo de competencias y acciones al respecto con la idealización de un impacto de estas en la efectividad de las Mypes.

5. Con base en el objetivo específico 4, la impresión objetiva que se desprende de los ratios de rentabilidad ROE y ROA se distancia de las apreciaciones subjetivistas obtenidas con encuestas (objetivos específicos 1 al 3). A partir de estos indicadores se observó que el grueso de las Mypes carece de rentabilidad, lo cual no coincide con las expresiones subjetivas. Esto impone la necesidad de emprender estudios donde el marco fáctico financiero siempre esté presente para evitar caer en un realismo ingenuo sobre estos emprendimientos, cuando la realidad financiera avizora un fracaso próximo.

6. Los resultados financieros (ROE y ROA) impusieron la necesidad de diseñar una propuesta de modelo de diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo, marketing que permita efectividad en las Mypes (objetivo específico 5), basada en una estrategia de articulación y transferencia universidad – empresa, donde se destaquen los componentes señalados y la educación financiera.

CAPÍTULO VI

6. RECOMENDACIONES

1. En virtud del objetivo general se sugiere a los gerentes ocuparse de sistematizar experiencias que resalten la problemática de las Mypes, por encima de las buenas intenciones de emprendimiento, puesto que existen aspectos estructurales que condicionan el fracaso de las Mypes (Zambrano-Farías et al., 2021).

2. A partir del objetivo específico 1, conviene potenciar e impulsar programas de formación a los emprendedores vinculados a las Mypes de Babahoyo donde se integre la gestión del conocimiento financiero y los indicadores necesarios para una buena gestión financiera.

3. Desde los resultados del objetivo específico 2, se recomienda iniciar con programas administrativos orientados a los gerentes de las Mypes, donde se manejen los principios administrativos y la práctica de procesos, en conjunción con la gestión del conocimiento financiero, de acuerdo a las sugerencias de Manzaneque et al. (2016), Prjadi & Desiana (2017) y Valls- Martínez & Cruz-Rambaud (2019).

4. Desde los resultados del objetivo específico 3, surge la necesidad de impulsar una mejor gestión generalizada del marketing que se traduzca en mejores ventas.

5. Con base en el objetivo específico 4, conviene establecer monitoreos regulares por parte del estado ecuatoriano sobre la salud financiera de las Mypes, puesto que según los resultados de este trabajo y lo reportado por Zambrano-Farías et al., (2021) en la Provincia de Guayas.

6. según se desprende del objetivo específico 5, se recomienda desarrollar un programa de capacitación formal para los gerentes encuestados sobre educación financiera que incluya el manejo de una adecuada contabilidad y de las finanzas de las Mypes. Acá se podrían establecer alianzas con las universidades.

CAPÍTULO VII

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adekunle, B. (2011). Determinants of microenterprise performance in Nigeria. *International Small Business Journal*, 29(4), 360–373. <https://doi.org/10.1177/0266242610369751>
- Ahumada Tello, E. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y administración*, 127-158.
- Alvarado Román, B. M. (2016). Diseño de un Modelo de Gestión Financiera para la Empresa de Estructuras Metálicas Velasco S.A. Universidad Central del Ecuador.
- Arias Subiaga, J. G., & Carrillo Paredes, K. B. (2016). Análisis de las Fuentes de Financiamiento para Microcréditos de las Instituciones Públicas y Privadas para las MYPES en el Ecuador. Universidad de Guayaquil.
- Arostegui, A. A. (2013). Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Nacional de la Plata.
- Ascencio Lindao, M. C. (2020). El financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las MYPES del cantón La Libertad - provincia de Santa Elena en el año 2019. Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Benavides, M. R., & Pedraza, X. L. (2018). La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *Revista Signos*, 175-191.
- Brealery, S. (1999). Principales Ratios Económicos-Financieros. Ed. McGraw-Hill.
- Bruzzone Aguilar, D. A. (2019). Redes de política en el diseño de la política pública de transferencia de conocimiento: Proyecto Prometeo. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/15910>

- Cabanillas, J. L., Luengo, R., & Torres, J. L. (2020). La búsqueda de información, la selección y creación de contenidos y la comunicación docente. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 241-261.
- Cachipiendo, M. A. (2014). Análisis a los indicadores de gestión en empresas consultoras del Distrito Metropolitano de Quito. *Universidad Politécnica Salesiana*.
- Calvo Giraldo, O. (2018). La Gestión del Conocimiento en las Organizaciones y las Regiones: Una revisión de la Literatura. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.*, 140-163.
- Campos Encalada, S. F. (2011). Incidencia de la Gestión Administración de la Biblioteca Municipal "Pedro Moncayo" de la ciudad de Ibarra en Mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios en el año 2011. Ibarra: *Universidad Técnica del Norte*.
- Campozano Pilay, Y. H., & Maldonado Zúñiga, K. (2020). La gestión del conocimiento como una nueva cultura empresarial en la actualidad. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 239-252.
- Carrillo Vasco, G. A. (2015). La Gestión Financiera y la Liquidez de la Empresa "Azulejos Pelileo". *Ambato: Universidad Técnica de Ambato*.
- Carrión, L., Zula, J., & Castillo, L. (2016). Análisis del Modelo de Gestión en Pequeñas y Medianas Empresas y su Aplicación en la Industria del Catering en Ecuador. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*, 82-102.
- Castellanos, C. N. (2012). Estrategias de Gestión de Conocimiento para el mejoramiento del departamento de Mercaderos de las Unidades de Negocio que integran Distribuidora Atlantis 1 en Venezuela. *Caracas: Universidad Central de Venezuela*.
- Castello Mayo, E., López Gómez, A., & Méndez Fernández, R. (2019). La transferencia de conocimiento desde la universidad innovadora. Un modelo de gestión de la información en el contexto digital: El caso de estudio PIEDD. *Revista Latina de Comunicación Social*, 537-553.
- Castillo, J. (2020). Gestión del conocimiento: Una vista desde la función administrativa. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*, 1-12.

- Cataño, D. (2016). Estado del arte sobre la relación existente entre las teorías del conocimiento tácito y las teorías de aprendizaje organizacional. Medellín: Universidad EAFIT. Recuperado el 10 de Octubre de 2020, de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/11344>
- Celestino, G. (1999). Herramientas de Motivación y Efectividad para el personal de una empresa. San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Cerón Martínez, A. U. (2016). Cuatro niveles de conocimiento en relación a la ciencia. Una propuesta taxonómica. *Revista Ensayo*, 83-90.
- Chiavenato, I. (2012). *Empreendedorismo: Dando alas ao espírito empreendedor (Cuarta)*. Editora Manole.
- Cibrán, P., Prado, C., Crespo, M. Á., & y-Huarte, C. (2013). *Planificación financiera (Primera edición ed.)*. ESIC EDITORIAL.
- Colmont Villacres, M. F. (2014). *Plan Estratégico de Marketing para el Mejoramiento de las ventas de la Empresa MIZPA S.A. Distribuidora de Tableros de Madera para construcción y acabados en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Corcuera, M. (2020). *Estrategia en materia de Relaciones Institucionales en las universidades españolas*. CRUE Universidades Españolas.
- Cornelio Hilanzo, A. N. (2018). *Relación del Método de Costo-Volumen-Utilidad y su aplicación en la determinación del costo de producción y en la planeación de utilidades en las Micro y Pequeñas Empresas*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.
- Corvo, H. S. (2021). *Gestión administrativa*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/gestion-administrativa/>
- De la Garza, E. (2004). La evaluación educativa. *Revista Mexicana de Investigación Educativa* Vol. 9. No. 23., 807-816.
- Delfin, F., & Acosta, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Revista Pensamiento y Gestión*, 184-202.

- Delgado Quimi, D. J. (2013). Efecto del Pago de las Utilidades en la Satisfacción Laboral de la Empresa Portonovo durante el año 2010-2011. Universidad de Guayaquil.
- Delgado Romero, E. Y. (2018). Efectividad organizacional y gestión administrativa de los docentes de una Institución Educativa, Ica-2018. Lima: Universidad César Vallejo.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 162-167.
- Duran Salazar, G. M., Meza Clark, T., & Meza Clark, J. (2017). Transferencia de conocimientos: Caso Apovinces. *INNOVA Research Journal*, 12-19.
- Escobar-Mayorga, D. C., & Mora-Aristega, J. E. (2017). Gestión administrativa y financiera en el cumplimiento presupuestario de las instituciones públicas. *Revista Multidisciplinar de innovación y estudios aplicados*, 26-41.
- Esquivel Valverde, Á. F., León Robaina, R., & Castellanos Pallerols, G. M. (2017). Mejora continua de los procesos de gestión del conocimiento en instituciones de educación superior ecuatorianas. *Retos de la Dirección*, 56-72.
- Fernández Paredes, A. M., & Albán Navarrete, J. M. (2019). Evolución de los modelos de transferencia del conocimiento en Emprendimientos Sociales. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45492>
- Ferrán, M. F. (1999). *Introducción al SPSS: Manipulación de datos y estadística descriptiva*. Edicions Universitat .
- Flores Orozco, S. E. (2015). *Proceso Administrativo y Gestión Empresarial en CoProabas, Jinotega*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Fombuena, A. (2019). Evaluación de transferencia del conocimiento e innovación de las universidades españolas. *Revista Española de Documentación Científica*, 240.

- Franco Gómez, M. d., & Rodríguez Crespo, G. d. (2020). Una incursión al Modelo Triple Hélice, visto desde la Universidad Metropolitana del Ecuador. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicada*, 204-211.
- Frías Navarro, D. (2021). Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*, 1-22.
- García Arzate, J. (2019). *Gestión del Conocimiento y Eficiencia en Proyectos. Caso Empresa Robuspack. CIATEQ.*
- García Moreno, A. M., & Rodríguez López, J. R. (2018). Gestión del conocimiento para los procesos administrativos en universidades privadas. *Revista Espacios*, 1-11.
- García Santillán, A. (2010). *Administración Financiera I. Libros y Manuales: Finanzas, Contaduría y Administración.*
- Gialdino, I. V. (2019). *Estrategias de investigación cualitativa: Volumen II. Editorial GEDISA.*
- Gómez Chipana, E. (2020). ANÁLISIS CORRELACIONAL DE LA FORMACIÓN ACADÉMICO-PROFESIONAL Y CULTURA TRIBUTARIA DE LOS ESTUDIANTES DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos* , 478-483.
- Gómez Díaz, M. d., Demuner Flores, M. d., Gómez Díaz, A. E., & Arriaga Tapia, R. (2013). Gestión del conocimiento en MYPES, una exploración. *Revista In Vestigium Ire*, 19-25.
- González Candía, J., & García Coliñanco, L. (2013). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Revista de Pensamiento y Gestión*, 109-135.
- González Ordóñez, A. I. (2018). La gestión ambiental en la competitividad de las MYPES del Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 108-120.
- Gonzalo Angulo, J. A. (2014). *Instrumentos Financieros. Universidad de Alcalá.*

- Guaman, J. (2017). Utilización de Ratios Financieros para determinar la rentabilidad y eficacia de las empresas Corporación La Favorita y Corporación El Rosado. Universidad Técnica de Machala.
- Guanoluisa Maiguanga, M. L. (2019). La Gestión Administrativa y su Efecto en el Desempeño Laboral del Comercial Los Laureles de la ciudad de Riobamba Año 2018. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Guerrero Cubides, S. M. (2013). Efectividad Organizacional. Universidad Militar Nueva Granada.
- Guevara, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento, 163-173.
- Hernández Álvarez, M. (07 de Julio de 2020). La importancia del control en la administración. Obtenido de Universidad Intercontinental: <https://www.uic.mx/noticias/la-importancia-del-control-en-la-administracion/>
- Hernández Correa, G. (2017). La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica. Madrid: Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores.
- Huertas López, T. E., & Suárez, E. (2020). Diseño de un Modelo de Gestión, Base Científica y práctica para su elaboración. Universidad y Sociedad, 165-177.
- Hurtado de Barrera, J. (2017). Metodología de la Investigación. Quirón Ediciones.
- Jácome Alarcón, L. F., Albarracín Reinoso, M. V., & Medina López, E. G. (2017). Transferencia de conocimiento e innovación tecnológica. Una mirada desde las carreras técnicas en la universidad emprendedora. Didasc@lia: Didáctica y Educación, 217-228.
- Janda, K., Rausser, G., & Strielkowski, W. (2013). Determinants of profitability of polish rural micro-enterprises at the time of EU accession. Eastern European Countryside, 19(1), 177–217. <https://doi.org/10.2478/eec-2013-0009>

- Jasiniak, M., & Pastusiak, R. (2014). The profitability of foreign and domestic enterprises in Poland. *Business and Economic Horizons*, 10(2), 86–93. <https://doi.org/10.15208/beh.2014.8>
- Lafuente, M. (2012). Dirección estratégica y planificación financiera de las MYPES. Díaz de Santos.
- Lahitte, H. B., & Sánchez Vázquez, M. J. (2013). Tratamiento de resultados en diseños cualitativos: La aplicación del Análisis Descriptivo. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 3(2), 1-11. Obtenido de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=arti&d=Jpr6157>
- Lazo Cordero, K. A. (2018). Propuesta de Mejoras en Gestión Administrativas en la Empresa ModerMueble S.A., Ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil.
- Ledesma Silva, Y. E., & Cobos Reina, Á. R. (2018). La Triple Hélice de las TIC en Ecuador. *Journal of Science and Research*, 41-48. doi:<https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol3iss9.2018pp41-48p>
- López Vega, D. B. (2013). Análisis del Proceso Administrativo y su Incidencia en la operatividad de la Empresa Mecredi S.A., ubicada en el cantón El Triunfo . Milagro: Universidad Estatal de Milagro.
- M. (2019). Sustainability Performance of Certified and Non-certified Smallholder Coffee Farms in Uganda. *Ecological Economics*, 156 (September), 35-47. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.09.004>
- Manzaneque, M., Priego, A. M., & Merino, E. (2016). Corporate governance effect on financial distress likelihood: Evidence from Spain. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 19(1), 111-121. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2015.04.001>
- Martinez, I. (2015). UF2120—Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación. Editorial Elearning, S.L.
- MASB, J. d. (2020). Gestión del conocimiento del marketing. Obtenido de Una guía completa para la gestión de marketing.

- Mendoza, J. J., & Macías, G. M. (2021). Desarrollo Empresarial de las MYPES Ecuatorianas: Su Evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, 320-337.
- Molina, O. D. (2015). La transferencia de conocimiento científico y tecnológico: un reto que deben afrontar las universidades. *Portal de la Ciencia*, 9-15. doi:<https://doi.org/10.5377/pc.v8i0.2155>
- Morales, M. E., Ortiz Riaga, C., & Arias, M. A. (2012). Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica. *Rev. Esc.Adm.Neg. No. 72*, 148-163.
- Muñoz, J. M., Welsh, D. H. B., Chan, S. H., & Raven, P. V. (2014). Microenterprises in Malaysia?: a preliminary study of the factors for management success. *International Entrepreneurship and Management Journal*, February. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0302-y>
- Nel Quezada, L. (2014). *Estadística con SPSS 22*. Editorial Macro.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Ediciones de la U.
- Nivela-Icaza, J. M., Orozco-Chávez, D. D., & Riquero-Castro, H. D. (2017). Gestión administrativa de las MYPES y su incidencia en la organización del trabajo. *Polo del Conocimiento - Ciencias Administrativas*, 718-732.
- Núñez González, J. M. (2002). *Universidad, producción y transferencia de conocimientos al encuentro del siglo XXI*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- Otzen, T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Universidad de Tarapacá*, 227-232.
- Pasto Sisa, J. M. (2021). *Plan de Marketin y Estudio de Factibilidad del Mini Mercado "Jennifer", Cantón Babahoyo, periodo 2020-2021*. Universidad Agraria del Ecuador.
- Peñaloza, J. (2021). *Desarrollo de un Modelo de Gestión Financiera y Administrativa para la asociación de trabajadores y empleados del sector electrico*. Universidad Politécnica Salesiana.

- Pereira Alfaro, H. (2011). Implementación de la gestión del conocimiento en la empresa. *Éxito Empresarial*, 1-6. Obtenido de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1331/Implementaci%C3%B3n%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20del%20conocimiento%20en%20la%20empresa.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Polaino, C., & Romillo, A. d. (2017). Vinculación con la Sociedad en la Universidad de Otavalo, Ecuador. *Formación Universitaria*, 21-30.
- Prijadi, R., & Desiana, P. M. (2017). Factors affecting the profitability and growth of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *International Journal of Economics and Management*, 11(Special Issue1), 35-44. <https://bit.ly/3Cggs6y>
- Ramos Rodríguez, A. E., Brito Montero, A., Artigas Pérez, E., & Martínez García, R. (2018). La triple hélice social para el desarrollo desde la gestión del conocimiento. *Desarrollo Local Sostenible*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/delos/33/desarrollo-gestion-conocimiento.html>
- Rasiah, D., Tong, D. Y. K., & Kim, P. K. (2014). Profitability and firm size-growth relationship in construction companies in Malaysia from 2003 to 2010. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 17(3), 1–19. <https://doi.org/10.1142/S0219091514500143>
- Rivera Godoy, J., & Ruiz Acero, D. (2011). Análisis del desempeño financiero de empresas innovadoras del Sector Alimentos y Bebidas en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, 31, 109–136.
- Rodríguez Arrieta, G., Cano Lara, E., & Ruiz Velez, A. (2019). La competitividad en las microempresas en Manta. *Revista San Gregorio*, 35, 67–85.
- Rodríguez, D. (9 de Agosto de 2021). Definición de Ficha Bibliográfica. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/ficha-bibliografica/>
- Rogerson, C. M. (2004). The impact of the south African government's SMME programmes: A ten-year review (1994-2003). *Development Southern Africa*, 21(5), 765–784. <https://doi.org/10.1080/0376835042000325697>

- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria, 1-14.
- Salinas, P. (2009). Métodos de Investigación Social. Ediciones Ciespal.
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 102-122.
- Santamaría, G., & Cárdenas, M. (2017). La transferencia del conocimiento en las empresas. Ciencia y Tecnología al Servicio del Pueblo, 3(1), 21-34.
- Santos, J. D. (2014). Tipos de Datos y Escalas de Medida. Revista Chilena de Anestesia , 109-111.
- Sarabia Altamirano, G. (2016). La vinculación universidad-empresa y sus canales de interacción desde la perspectiva de la academia, de la empresa y de las políticas públicas. Ciencia UAT, 13-22.
- Sierra Miranda, G. A. (2014). El Marketing Directo y su Incidencia en las Ventas de la Empresa Textidor de la ciudad de Ambato. Universidad Técnica de Ambato.
- Ssebunya, B. R., Schader, C., Baumgart, L., Landert, J., Altenbuchner, C., Schmid, E., & Stolze, M. (2019). Sustainability Performance of Certified and Non-certified Smallholder Coffee Farms in Uganda. Ecological Economics, 156 (September), 35-47. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.09.004>
- Striedinger Meléndez, M. P. (2018). El Marketing Digital transforma la Gestión de MYPES en Colombia. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. XIV.
- Suárez Rodríguez, O., & Hernández Lavayen, A. (2020). Marketing digital y estrategias de negocios para el posicionamiento competitivo de las empresas. UTEG - Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, 101.
- Sulca, G., & Becerra, E. (2016). Análisis Financiero. Quito: Universidad Central del Ecuador.

- SUNAT. (2019). Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Perú. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Terán-Cano, F. E., & Tituaña-Dávila, K. E. (2020). La evaluación institucional en el contexto de la universidad ecuatoriana. *INNOVA Research Journal*, 102-112.
- Tomás, J. (2010). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería*. Barcelona: Univ. Autònoma de Barcelona.
- Torres, K., & Lamenta, P. (2015). La Gestión del Conocimiento y los Sistemas de Información en las Organizaciones. *Negotium*, vol. 11, núm. 32, 3-20.
- Trasviña Soto, I. C., Leon Lara, J. d., Olea Miranda, J., & Angel Celis, M. (2017). Transferencia de Tecnología Universidad-MYPES. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 1-24.
- Trillini, C. (2013). Definición MX. México. Obtenido de <https://definicion.mx/efectividad/>
- Universidad Nacional de Córdoba. (Febrero de 2017). Efectividad institucional / Calidad. Obtenido de Universidad Nacional de Córdoba: <https://pep.unc.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2017/02/Comision-Ensenanza-de-Posgrado-Informe-4.pdf>
- Uribe, B. (2021). Creación de Conocimiento Organizacional: Aspectos conceptuales, Barreras y Facilitadores. *Universidad EAFIT*, 59.
- UTP (Universidad Técnica de Pereira). (03 de junio de 2017). Análisis de Correlaciones. Obtenido de UTP (Universidad Técnica de Pereira): <https://academia.utp.edu.co/seminario-investigacion-II/files/2017/03/06a.An%C3%A1lisisDeCorrelaciones.pdf>
- Valero-Pastor, J. M., & Carvajal, M. (2019). Transferencia de conocimiento para la innovación en las organizaciones periodísticas. Estudio de casos españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1154-1172.

- Valls-Martínez, M. del C., & Cruz-Rambaud, S. (2019). Women on corporate boards and firm's financial performance. *Women's Studies International Forum*, 76(June), 102251. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.102251>
- Vargas-Vega, T. de J., Saavedra-García, M. L., Villegas-González, E., & Hidalgo-Gallardo, R. L. (2020). Determinantes de la competitividad en Pymes Comerciales del municipio de Acaxochitlan, México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(4), 82-96. <https://bit.ly/3itCKtL>
- Vásquez González, E. R. (2017). Transferencia del conocimiento y tecnología en universidades. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 75-95. Obtenido de <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/36/51>
- Velásquez, B. (2016). La Gestión Administrativa y Financiera, Una Perspectiva desde los Supermercados del Cantón Quevedo. *Revista Empresarial*, 15-20.
- Velázquez Juárez, J., Valencia-Pérez, L. R., & Peña-Aguilar, J. M. (2015). El papel del modelo de la triple hélice como sistema de innovación para aumentar la rentabilidad en una MYPE comercializadora (The Role of the Triple Helix Model as an Innovation System to Increase Profitability in a SME). *Revisa CEA, Social Science Research Network*, 12. Obtenido de <https://papers.ssrn.com/abstract=3520204>
- Velecela Abambari, N. E. (2013). Análisis de las Fuentes de Financiamiento para las MYPES. Universidad de Cuenca.
- Zambrano-Farías, J. F., Sánchez-Pacheco, M. E., y Correa-Soto, S. R. (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), pp. 235-249. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.03>
- Zavala Barrios, C. M. (2019). Transferencia del conocimiento de la universidad a la sociedad peruana: indicadores e impacto. Salamanca: Repositorio Documental Credos. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10366/141150>

ANEXOS VIII

8. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing, efectividad en la Mypes, Cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

| Problema | Objetivo | Hipótesis | Variables | Población y Muestra | MÉTODO |
|--|--|---|---|--|--|
| ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020? | Determinar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020 | El diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativa y marketing permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. | Estudio relacional causal: Variable Independiente: | Población: Estudio relacional causal: 144 gerentes de las empresas registradas en la SCVS (2020). N = 144. | Básica Cuantitativa Transversal Correlacional causal - Comparativo Diseño: No experimental |
| Problema específicos | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | Gestión del conocimiento financiero, Dimensiones: Gestión del conocimiento financiero | Estudio analítico-comparativo: 144 Mypes correspondientes a los informantes gerentes de las empresas registradas en la SCVS (2020). N = 144. | |
| 1. ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento administrativo permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020? | 1. Analizar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020 | H.E. 1: El diseño de la gestión del conocimiento financiero, permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. | Gestión del conocimiento administrativo | Muestreo: Estudio relacional causal: Muestreo no probabilístico e intencionado con base en la disposición de participar en el estudio. 46 gerentes de las | |
| 2. ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento financiero permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020? | 2. Describir como el diseño de la gestión del conocimiento administrativo, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020 | H.E. 2: El diseño de la gestión del conocimiento administrativo, permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. | Gestión del conocimiento de marketing | | |
| 3. ¿De qué manera el diseño de la gestión del conocimiento marketing, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020? | 3. Explicar de qué manera el diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. | H.E. 3: El diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. | Variable Dependiente: | | |
| 4. ¿Cómo fueron los ratios de rentabilidad financiera de las Mypes | 4. Analizar los ratios de rentabilidad financiera de las Mypes del cantón | H.E. 4: Los ratios de rentabilidad financiera de las Mypes del cantón Babahoyo, Los Ríos, | Efectividad en las Mypes | | |

| Problema | Objetivo | Hipótesis | Variables | Población y Muestra | MÉTODO |
|--|---|---|--|---|---------------|
| del cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020? | Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020. | Ecuador, 2020, indican una rentabilidad heterogénea que no se corresponde desde el punto de vista objetivo con las percepciones de los gerentes de las Mypes encuestados. | Estudio analítico-comparativo: Rentabilidad financiera de las MYPES. D1. Rentabilidad – Retorno sobre los Activos D2. Rentabilidad – Retorno sobre el Patrimonio | empresas registradas en la SCVS (2020). N = 144. Estudio analítico-comparativo: 46 Mypes correspondientes a los informantes gerentes de las empresas registradas en la SCVS (2020). n = 46. . | |
| 5. ¿Cómo un modelo de diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador? | 5. Diseñar un modelo de diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo, marketing que permite efectividad en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador. | H.E. 5: El diseño de la gestión del conocimiento de marketing, permite una efectividad significativa en las Mypes, cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador. | | | |

Anexo 2: Matriz de Operacionalización

TÍTULO: Diseño de la gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing, en base a la efectividad en la Mypes, Cantón Babahoyo, Los Ríos, Ecuador, 2020.

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala |
|---|---|---|---|---|---------|
| VI Gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing | La gestión de conocimiento es el conjunto de actividades dirigidas a la difusión de conocimientos, experiencia y habilidades con el fin de facilitar el uso, la aplicación y la explotación del conocimiento y las capacidades en I+D+I de la universidad fuera del ámbito académico, además la gestión funcional de este conocimiento. (Universidad Autónoma de Barcelona, 2021) | Las actividades para la difusión del conocimiento es el proceso nos proporciona la posibilidad de transferir los conocimientos y la experiencia de las personas al sistema, de forma que otros puedan beneficiarse de ella. | Gestión del conocimiento financiero | Desarrollo de una evaluación financiera que permita conocer los resultados en forma periódica para la determinación de actividades de corrección y mejora. Uso de instrumentos financieros como un puente para la mejora de las MYPES y su gestión respectiva. Uso de ratios financieros y perspectiva para el desarrollo de actividades de mejora a largo plazo. | Ordinal |
| | | | Gestión del conocimiento administrativo | Aplicación del proceso administrativo que debe darse dentro de una organización. Aplicación de la planificación estratégica. Aplicación de un sistema de control interno y su relevancia en una empresa. | |
| | | | Gestión del conocimiento de marketing | El uso de la publicidad ha sido beneficioso para el crecimiento de su MYPES. El estudio de mercado es imprescindible en toda empresa, usted como gerente de una MYPES está de acuerdo con ello. | |
| VD. Efectividad en las MYPES | Permiten brindar una medida para integrar una relación entre los resultados que se han obtenido y aquellos factores sobre los costos que se vinculan a la operación (Cachipiendo, 2014). | Las MYPES, en término de cantidad (números), y de manera general a nivel mundial, representan en promedio el 80% de los negocios de una economía de un cantón. | Capacidad administrativa | La implementación de un proceso administrativo es importante en la efectividad de una MYPES. La aplicación de una adecuada planificación estratégica ha contribuido al desarrollo de la actividad que desempeña en su empresa/negocio. El sistema de control interno que utiliza su MYPES, es de ayuda en el cumplimiento de las funciones a realizar dentro de su entidad. | Ordinal |

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala |
|---|---|--|--|--|-----------|
| | | | | Usted considera que su formación académica en el ámbito administrativo le ha ayudado en su función como gerente de una MYPES | |
| | | | Capacidad financiera | <p>Los conocimientos relacionados a la función financiera son fundamentales para el desarrollo de actividades comerciales y en su rentabilidad de las MYPES.</p> <p>Como gerente de una MYPES, la aplicación de los instrumentos financieros le ha sido favorable en el desarrollo y evolución de su negocio.</p> <p>La aplicación de las ratios financieras en su gestión ha permitido mejorar la salud económica de la empresa.</p> <p>Los tópicos de administración financiera que le impartieron durante su carrera universitaria han sido favorables en su desempeño laboral.</p> | |
| | | | Capacidad de marketing | <p>El uso de la publicidad ha sido beneficioso para la efectividad de su MYPES</p> <p>El estudio de mercado ha sido beneficioso para la efectividad de su MYPES</p> | |
| Rentabilidad financiera de las MYPES | <p>“Rentabilidad financiera. En frecuentes investigaciones, la variable explicada es la rentabilidad financiera que resulta del cociente entre el margen de utilidad neta y el patrimonio. Este ratio indica la capacidad que tiene la inversión de los accionistas para generar rentabilidad en la empresa”.</p> <p>(Zambrano-Farías et al., 2021)</p> | <p>Rentabilidad financiera medida a partir del Retorno sobre los Activos (ROA) y el Retorno sobre el Patrimonio (ROE).</p> | Rentabilidad – Retorno sobre los Activos | Ratio de Rentabilidad - Retorno sobre los Activos (ROA) | Intervalo |
| | | | Rentabilidad – Retorno sobre el Patrimonio | Ratio de Rentabilidad - Retorno sobre el Patrimonio (ROE) | Intervalo |

Anexo 3: Instrumentos de recolección de información

Cuestionario gestión de Conocimientos

Indicadores Evaluados: Gestión del conocimiento financiero, administrativo y marketing.

BASE DE PREGUNTAS PARA ENCUESTA A ESTUDIANTES

Instrucciones: Leer bien las preguntas antes de responder a cada una de ellas.

| N° | PREGUNTAS | Totalmente de acuerdo 5 | De acuerdo 4 | Indeciso 3 | En Desacuerdo 2 | Totalmente desacuerdo 1 |
|---|--|----------------------------|-----------------|---------------|--------------------|----------------------------|
| Dimensión 1: Conocimiento financiero | | | | | | |
| 01 | Considera que se debe implementar en cada una de las MYPES de la ciudad, el desarrollo de una evaluación financiera que permita conocer los resultados en forma periódica para la determinación de actividades de corrección y mejora. | | | | | |
| 02 | Usted considera que el uso de instrumentos financieros son un puente para la mejora de las MYPES y su gestión respectiva. | | | | | |
| 03 | Considera que el uso de ratios financieros puede brindar una perspectiva para el desarrollo de actividades de mejora a largo plazo. | | | | | |
| Dimensión 2: Conocimiento administrativo | | | | | | |
| 04 | Considera importante aplicar el proceso administrativo que debe darse dentro de una organización | | | | | |
| 05 | Usted cree que con una adecuada planificación estratégica, cualquier negocio puede prosperar | | | | | |
| 06 | Usted considera que la aplicación de un sistema de control interno es relevante en una empresa | | | | | |
| Dimensión 3: Gestión del marketing | | | | | | |
| 07 | El uso de la publicidad ha sido beneficioso para el crecimiento de su MYPES | | | | | |
| 08 | El estudio de mercado es imprescindible en toda empresa, usted como gerente de una MYPES está de acuerdo con ello | | | | | |

CUESTIONARIO

VARIABLE DEPENDIENTE: EFECTIVIDAD EN LAS MYPES

BASE DE PREGUNTAS PARA ENCUESTA A GERENTES DE MYPES

| N° | PREGUNTAS | Totalmente de acuerdo 5 | De acuerdo 4 | Indeciso 3 | En Desacuerdo 2 | Totalmente desacuerdo 1 |
|--|---|----------------------------|-----------------|---------------|--------------------|----------------------------|
| Dimensión 1: Capacidad Administrativa | | | | | | |
| 01 | Usted, siendo el Gerente de una MYPES, está de acuerdo en que la implementación de un proceso administrativo es importante en la efectividad de una MYPES | | | | | |
| 02 | La aplicación de una adecuada planificación estratégica a contribuido contribuyó al desarrollo de la actividad que desempeña en su empresa/negocio | | | | | |
| 03 | El sistema de control interno que utiliza su MYPES, es de ayuda en el cumplimiento de las funciones a realizar dentro de su entidad. | | | | | |
| 04 | Usted considera que su formación académica en el ámbito administrativo le ha ayudado en su función como gerente de una MYPES | | | | | |
| Dimensión 2: Capacidad Financiera | | | | | | |
| 05 | Los conocimientos relacionados a la función financiera son fundamentales para el desarrollo de actividades comerciales y en su rentabilidad de las MYPES. | | | | | |
| 06 | Cómo gerente de una MYPES, la aplicación de los instrumentos financieros le ha sido favorable en el desarrollo y evolución de su negocio. | | | | | |
| 07 | La aplicación de las ratios financieras en su gestión ha permitido mejorar la salud económica de la empresa. | | | | | |
| 08 | Los tópicos de administración financiera que le impartieron durante su carrera universitaria han sido favorables en su desempeño laboral. | | | | | |
| Dimensión 3: Capacidad Marketing | | | | | | |
| 09 | El uso de la publicidad ha sido beneficioso para la efectividad de su MYPES | | | | | |
| 10 | El estudio de mercado ha sido beneficioso para la efectividad de su MYPES | | | | | |

Anexo 4: Alfa de Cronbach - Gerentes

Datos Variable 1

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados |
|------------------|--|
| ,875 | ,879 |

Datos Variable 2

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados |
|------------------|--|
| ,875 | ,879 |

