



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**La importancia de las capacidades dinámicas en el desempeño competitivo  
de un taller automotriz**

**MACHUCA VARGAS JINSOP FRANCISCO  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**SILVA VALAREZO DARWIN LEONEL  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**La importancia de las capacidades dinámicas en el desempeño competitivo de un taller automotriz**

**MACHUCA VARGAS JINSOP FRANCISCO  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**SILVA VALAREZO DARWIN LEONEL  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTOS INTEGRADORES**

**La importancia de las capacidades dinámicas en el desempeño  
competitivo de un taller automotriz**

**MACHUCA VARGAS JINSOP FRANCISCO  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**SILVA VALAREZO DARWIN LEONEL  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO**

**MACHALA  
2023**

# La importancia de de capacidades dinámicas en el desempeño competitivo de un taller automotriz

*por Darwin Leonel SILVA VALAREZO  
Jinsop Francisco Machuca Vargas*

---

**Fecha de entrega:** 02-oct-2023 08:54a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2183286687

**Nombre del archivo:** TESIS\_Turniti.docx (1.63M)

**Total de palabras:** 7091

**Total de caracteres:** 39388

# La importancia de de capacidades dinámicas en el desempeño competitivo de un taller automotriz

## INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universitat Politècnica de València	1%
Trabajo del estudiante		
2	Submitted to Universidad Técnica de Machala	1%
Trabajo del estudiante		
3	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a>	< 1%
Fuente de Internet		
4	<a href="http://www.scielo.org.co">www.scielo.org.co</a>	< 1%
Fuente de Internet		
5	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos	< 1%
Trabajo del estudiante		
6	Submitted to University of Bristol	< 1%
Trabajo del estudiante		
7	<a href="http://repositorio.unu.edu.pe">repositorio.unu.edu.pe</a>	< 1%
Fuente de Internet		
8	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec">repositorio.espe.edu.ec</a>	< 1%
Fuente de Internet		

9

Submitted to Universidad de Guayaquil

Trabajo del estudiante

< 1 %

10

1 library.co

Fuente de Internet

< 1 %

11

repositorio.unsm.edu.pe

Fuente de Internet

< 1 %

12

docplayer.com.br

Fuente de Internet

< 1 %

13

intellectum.unisabana.edu.co

Fuente de Internet

< 1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 15 words

Excluir bibliografía

Activo

## **CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL**

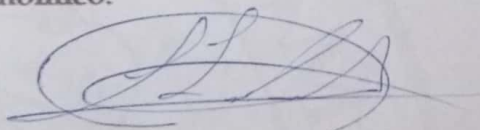
Los que suscriben, MACHUCA VARGAS JINSOP FRANCISCO y SILVA VALAREZO DARWIN LEONEL, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado *La importancia de las capacidades dinámicas en el desempeño competitivo de un taller automotriz*, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

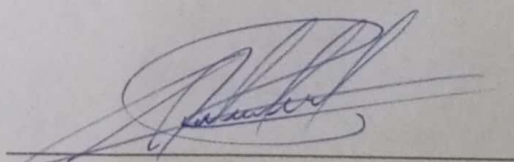
Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



MACHUCA VARGAS JINSOP FRANCISCO

0705890671



SILVA VALAREZO DARWIN LEONEL

0704392430

## **Resumen**

Las capacidades dinámicas, como la innovación, la adaptabilidad, la detección, las relaciones y el aprendizaje, son esenciales para lograr una ventaja competitiva en el mercado de talleres automotrices. Sin embargo, se identifica que algunas de estas capacidades se encuentran en un nivel medio en la organización, lo que puede afectar su competitividad. Las capacidades dinámicas que más influyen positivamente en el desempeño competitivo son la innovación y la detección. Estas capacidades permiten adaptarse al entorno cambiante, planificar para lo imprevisto y satisfacer las necesidades de los clientes, lo que resulta en una influencia positiva en el mercado automotriz.

**Palabras Claves:** Capacidades dinámicas, Ventaja competitiva y Desempeño competitivo

## **Abstract**

Dynamic capabilities, such as innovation, adaptability, sensing, relationships and learning, are essential to achieve a competitive advantage in the automotive repair shop market. However, it is identified that some of these capabilities are at a medium level in the organization, which may affect its competitiveness. The dynamic capabilities that most positively influence competitive performance are innovation and sensing. These capabilities allow adapting to the changing environment, planning for the unforeseen, and meeting customer needs, resulting in a positive influence on the automotive market.

**Keywords:** Dynamic capabilities, Competitive advantage and Competitive performance.



# Índice De Contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	2
Índice de Tablas .....	5
Índice de Figuras.....	6
Introducción.....	7
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>8</b>
1.1 Objeto de investigación .....	8
1.2 Problema de investigación .....	8
1.3 Justificación .....	8
1.4 Objetivos de la investigación.....	9
1.4.1Objetivo general.....	9
1.4.2Objetivo especifico .....	10
<b>CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO.....</b>	<b>11</b>
2. Revisión sistemática de la literatura .....	11
2.1Capacidades dinámicas .....	11
2.2 Capacidad Interna .....	11
2.3 Gestión de conocimiento .....	12
2.4 Ventaja competitiva .....	12
2.5 Estrategia .....	13
2.6 Taller Automotriz .....	13
<b>CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO .....</b>	<b>15</b>
3. Diseño de la investigación .....	15
3.1 Tipos de investigación .....	15
3.1.1 Descriptiva .....	15
3.2 Nivel de investigación .....	15
3.3 Diseño de la investigación .....	15
3.3.1 No Experimental .....	15
3.4 Método de la investigación .....	16
3.5 Instrumentos de recolección de datos .....	16
3.5.1 Población universo.....	16
3.5.2 Población objeto de estudio .....	16
3.5.2 Muestra .....	17
3.6 Técnicas de recolección de datos.....	17
3.6.1 Técnica de la encuesta .....	17

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	19
4.1 Presentación de resultados .....	19
4.1.1 Tablas Cruzadas .....	27
Análisis FODA .....	28
4.2 Contrastación de Resultados .....	29
4.3 Propuesta integradora .....	30
4.4 Valoración de la Factibilidad: Dimensiones Técnica-Económica .....	32
Social-Ambiental .....	32
4.4.1 Dimensión técnica.....	32
- Localización del proyecto.....	32
4.4.2 Dimensión económica.....	35
4.4.3 Dimensión social.....	38
4.4.4 Dimensión Ambiental .....	38
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
5.1 Conclusiones .....	40
5.2 Recomendaciones .....	40
Anexos .....	42
Referencias.....	82

## **Índice de Tablas**

Tabla 1: Nómina de trabajadores .....	18
Tabla 2: Análisis de los datos de correlación de las preguntas (1-16).....	27
Tabla 3: Análisis de datos de correlación de las preguntas (5-9) .....	28
Tabla 4: Análisis FODA .....	29
Tabla 5: Estrategias del análisis FODA .....	31
Tabla 6: Capacidad instalada del proyecto de autos .....	34
Tabla 7: Capacidad instalada del proyecto de camiones livianos.....	34
Tabla 8: Capacidad instalada del proyecto de camiones pesados.....	35
Tabla 9: Balance General.....	35
Tabla 10: Estado de resultado .....	36
Tabla 11: Información del sector .....	36
Tabla 12: Tipo de inversión .....	36
Tabla 13: Fujo de caja proyectado .....	36
Tabla 14: Datos del de los indicadores .....	37
Tabla 15: Van y TIR .....	37
Tabla 16: Indicadores financieros .....	37
Tabla 17: Ari Crédito Contado .....	38

## Índice de Figuras

Figura 1: Pregunta 1.....	19
Figura 2: Pregunta 2.....	19
Figura 3: Pregunta 3.....	20
Figura 4: Pregunta 4.....	20
Figura 5: Pregunta 5.....	21
Figura 6: Pregunta 6.....	21
Figura 7: Pregunta 7.....	22
Figura 8: Pregunta 8.....	22
Figura 9: Pregunta 9.....	23
Figura 10: Pregunta 10.....	23
Figura 11: Pregunta 11.....	24
Figura 12: Pregunta 12.....	24
Figura 13: Pregunta 13.....	25
Figura 14: Pregunta 14.....	25
Figura 15: pregunta 15.....	26
Figura 16: Pregunta 16.....	26
Figura 17: Correlación de Pearson y Spearman de las preguntas (1-16).....	27
Figura 18: Correlación de Pearson y Spearman de las preguntas (5-9).....	28
Figura 20: Ubicación del proyecto.....	32
Figura 21: Localización de la empresa en Google Maps.....	33
Figura 19: Organigrama.....	33

## **Introducción**

La industria automotriz se caracteriza por su constante evolución y competitividad, exige una adaptación continua por parte de los talleres automotrices para mantenerse en el mercado y destacar entre la competencia. En este contexto, las capacidades dinámicas, entendidas como la habilidad de una organización para integrar, construir y reconfigurar sus recursos y competencias en respuesta a un entorno en constante cambio, se convierten en un factor crítico para el éxito y la ventaja competitiva.

Este proyecto integrador se adentra en la intersección entre las capacidades dinámicas y el desempeño competitivo de un taller automotriz. La pregunta central que guía esta investigación es: ¿En qué nivel se encuentran las capacidades dinámicas con respecto a la ventaja competitiva en el mercado de un taller automotriz? Para responder a esta cuestión, exploraremos en detalle las capacidades dinámicas que permiten a estos talleres adaptarse, innovar y mantener su posición en un mercado altamente desafiante.

Como lo mencionan Trillo et al., (2022) las capacidades dinámicas junto a una herramienta estratégica estructura un proceso de una ventaja competitiva innovadora en las empresas, ya que ambas se retroalimentan y permiten mejorar el desarrollo de las actividades. El conocimiento abarca habilidades, competencias, experiencia y capital intelectual, y las empresas lo utilizan en su operación productiva, mejorándolo para ofrecer productos y obtener ventajas estratégicas frente a la competencia. (Mendoza, 2022).

Como lo mencionan Díaz et al., (2021) la competitividad se puede entender de diferentes formas, pero en términos generales se refiere a utilizar diversas herramientas estratégicas para liderar el mercado y superar a los competidores. Además, a lo largo de este documento, analizamos las diversas dimensiones de las capacidades dinámicas, evaluando cómo se aplican en el contexto de un taller automotriz. Además, examinaremos cómo estas capacidades pueden influir en el desempeño competitivo de dicho taller permitiéndole prosperar en un mercado en constante cambio.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Objeto de investigación**

De acuerdo a Leyva y Guerra (2020) el objeto de estudio también denominado campo de acción es lo que se desea estudiar donde parte la investigación y transforma en lo ciclos del diseño de la investigación aportando la forma y otorgando un rango de la investigación. Además de acuerdo a Alban et al. (2020) el objeto de estudio es la parte que orienta al investigador como relaciona el estudio dando forma a la realidad otorgando la esencia de lo que se desea buscar, además permite presentar hallazgos sustanciales, en resumen, permite abordar la investigación.

Según lo manifestado por García y Sánchez (2020) una vez definido y analizado el objeto de estudio de la investigación, permite enfocar directamente al problema de lo que se investiga donde se identifica de manera clara y concreta el espacio epistemológico donde este implícito de manera general. Por lo expresado, el proyecto de investigación tiene como objeto de estudio el efecto de las capacidades dinámicas como ventaja competitiva en el mercado de un taller automotriz.

### **1.2 Problema de investigación**

El problema de investigación da la pauta de la labor investigativa o el enfoque que se quiere investigar; los factores que tienen mayor relevancia en cuanto a la investigación, es su acepción como incertidumbre lo cual busca solución a las incógnitas y todo lo que ayude a resolver dicha dificultad (Espinoza, 2018). Según lo manifestado por Torres y Monroy (2020). el problema de investigación debe tener como finalidad encontrar por medio del estudio del caso y el conocimiento diversos temas por indagar, ya que se busca una conexión directa entre el proceso teórico y el objeto de estudio.

Sin embargo, el conflicto de investigación no da solución por sí solo, sino por medio de resultados que pueden ofrecer acciones junto a la investigación y realizar de esta una indagación más activa que permita encontrar dicha solución (Sánchez N. , 2018). En el presente documento se tiene como pregunta de investigación ¿En qué nivel se encuentran las capacidades dinámicas con respecto a la ventaja competitiva en el mercado de un taller automotriz?

### **1.3 Justificación**

La justificación es fundamental para un proyecto porque es una de las principales tareas que se debe realizar ya que demuestra el interés de la investigación que se propone indagar y darle una posible solución. (Marciniak, 2017). Además, en la

investigación deben mostrar las razones científicas, económicas o sociales, en si señalar la causa, motivo o razón que justifica de forma clara y precisa la investigación del proyecto. (Fernández, 2020).

A juicio de Armas et al., (2022) las capacidades dinámicas tienen una gran importancia para explicar cómo la ventaja competitiva se rige por una mejora continua basándose en los diferentes procesos, recursos donde son guiados por el conocimiento. De acuerdo a Patiño et al., (2022) las capacidades dinámicas impulsan la innovación y son necesarias para crear una ventaja competitiva y mantener vivo el negocio, además argumentan que a mediano plazo radica en la composición real de los recursos con capacidades dinámicas.

De acuerdo a Cadrazco et al., (2021) las capacidades dinámicas se muestran como una influencia gerencial ya que busca solucionar la evolución de estrategias, especialmente en ambientes de incertidumbre. Como plantea Acevedo y Albornoz, (2019) es probable afirmar que la influencia de que tienen las capacidades dinámicas es que responde a las necesidades de estrategias para un cambio a favor de la organización, por ende, obtendrán mejores resultados.

En el presente proyecto tiene como enfoque la investigación de las capacidades dinámicas como un factor de ventaja competitiva en el desarrollo de estas capacidades dentro de un taller automotriz, tomando en cuenta que estas facultades no siempre son tomadas en cuenta por desconocimiento o por falta de información, ya que permiten conciliar varias actitudes dentro de las empresas ya sea de innovación, adaptación y organización de las actividades de las organizaciones.

#### **1.4 Objetivos de la investigación**

Los objetivos de investigación es un planteamiento concreto, franco, realizable y modesto en medida de los que se refleje o se desee reflejar dentro de la investigación, así como el aporte del conocimiento por medio del objeto de estudio. (Freire, 2020). Desde el punto de vista de Quisbert et al., (2011) el objetivo comprende de un enunciado claro preciso en el cual declara metas que se deben seguir para poder verificar el cumplimiento de las mismas de manera lógica.

##### ***1.4.1 Objetivo general***

Según los abogados Zambrano y Dueñas (2016) el objetivo emerge con la necesidad de indagar y llenar vacíos de racionalidad dentro de los procesos de la investigación,

destinado para cubrir problemas. Tal como Otero et al., (2006) estos nacen del problema de investigación el cual se busca solucionar, fijando un propósito alcanzable de estudio, también permitiendo que dicho objetivo plante distintos caminos y sea abordado de diferentes formas. El objetivo general del presente documento es determinar en qué forma las capacidades dinámicas son factores de ventaja competitiva y su influencia en el mercado de un taller automotriz.

#### ***1.4.2 Objetivo específico***

Según Otero et al., (2006) los objetivos específicos son la forma ordenada, precisa y detallada de alcanzar los objetivos generales, la guía de acción que permite delimitar los métodos que se pondrán en ejecución para lograr conseguir los resultados. Pueden formularse o no dependiendo de la claridad y simpleza con los que estos se expresen. Los objetivos específicos del presente documento son: Identificar el estado de las capacidades dinámicas dentro de los procesos del taller automotriz; Evaluar las capacidades dinámicas que favorezcan a la ventaja competitiva de un taller automotriz; Aplicar las capacidades dinámicas que sean de influencia para la ventaja competitiva de un taller automotriz.



## **CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO**

### **2. Revisión sistemática de la literatura**

#### **2.1 Capacidades dinámicas**

Teniendo en cuenta a Martínez et al., (2022) la industria del automovilismo se encuentra en un cambio constante del nivel tecnológico; es necesario que las organizaciones mantengan un ritmo similar el cual permite que las capacidades dinámicas mantengan una continua observación del cambio del entorno asegurando así la permanencia de la industria en el mercado. González y Acosta (2021) consideran que las capacidades dinámicas son un buen diseño de análisis de información con respecto a las opciones de innovación permitiendo aumentar las capacidades de los gerentes para la innovación de las pymes adoptando así la transformación digital.

Como expresa Morales et al., (2019) las capacidades dinámicas se clasifican en tres niveles, primero las capacidades estructurales las cuales llevan las operaciones de la organización día a día; segundo, dándole un enfoque de innovación tales como la exploración, explotación y mantenimiento permitiendo mantenerse en un entorno cambiante, tercero, estas capacidades se convierten en el núcleo de la organización dando como resultado una gran diferenciación a la competencia teniendo en cuenta estos tres pasos preocupándose por el factor interno y la innovación.

#### **2.2 Capacidad Interna**

El estudio realizado por Ponce et al., (2020) sugiere que las capacidades internas de una organización son un factor importante para que las empresas adquieran ventaja competitiva; Sin embargo, esto requiere el uso de un controlador de la capacidad exploradora, además la capacidad del sistema de la información es fundamental para poder clasificar y adquirir un acceso al conocimiento aprendido. Según Barrios et al., (2020) dentro de las capacidades internas se encuentran factores como la habilidad y motivación de los empleados lo que juega un papel importante para las capacidades dinámicas ya que para ellos se requiere consolidación de los equipos de trabajo junto a la dirección, teniendo en cuenta que para cumplir con las capacidades internas se debe agrupar a las personas con el factor externo.

De acuerdo a Medina et al., (2021) las capacidades son términos mecánicos de la organización que incluyen reglas, políticas, y roles, estos lineamientos que permiten el funcionamiento correcto dentro de las empresas de manera ordenada y previsible. Además, tiene un soporte para el agendamiento de las lecciones y casos éxitos que han

existido dentro de la organización, estos repositorios guían a los entrenadores proyectando información y ofreciendo un análisis con reportes estadísticos, permitiendo así resultados más confiables.

### **2.3 Gestión de conocimiento**

Teniendo en cuenta a García et al., (2021) la gestión del conocimiento en empresas y otras instituciones, es la transformación de la información en intelecto que conduce a un aumento en la producción de la organización. Como lo hace notar Correa et al., (2019) la gestión del conocimiento no es solo un proceso de acumulación de información, porque el objetivo más relevante es crear nuevos saberes, contribuir y convertirse en una fuente de ventaja competitiva. El gestionar el conocimiento dentro de las organizaciones es buscar el mejor desempeño de los procesos internos y externos dando como apoyo la ciencia con la teoría y la tecnología con la práctica del entorno (Rivera, 2021)

De acuerdo con Correa et al., (2020) el objetivo principal del modelo de gestión del conocimiento debe ser fortalecer la cultura de una estrategia de retención que se integre con la adquisición y reutilización existente y permita la consolidación de experiencias que faciliten la retención. Como plantean Alcívar et al., (2020) la gestión de conocimiento es un tema fundamental ya que con este se da comienzo a la búsqueda de información importante para afianzar el conocimiento relacionado, permitiendo así un mejor entendimiento dando respuestas a paradigmas investigativos, además una de los principales herramientas son las TICs que ayudan a gestionar el conocimiento y los procesos dando una ventaja de comunicación afianzando el aprendizaje al usarlo con cotidianidad.

### **2.4 Ventaja competitiva**

Como expresan Alfonso et al., (2021) un producto o servicio tiene una ventaja competitiva cuando incluye la misma función que otros productos similares, pero contiene uno o más aspectos que lo diferencian de los demás, lo que hace que los consumidores decidan donde comprar. Tal como mencionan Briñez y Penagos, (2021) la estrategia empresarial es competitiva si está destinada a mejorar la posición en relación con las empresas, por ende, esto se puede lograr de varias maneras, pero el objetivo principal es obtener una ventaja competitiva.

Como plantean Romero et al., (2020) la ventaja competitiva no es el resultado de la casualidad, sino del trabajo duro y la persistencia; esto significa un monitoreo del medio interno y externo; de esta manera determinar las fortalezas y debilidades de la empresa y las oportunidades y amenazas reales que existen en el mercado. Las capacidades dinámicas facilitan herramientas para la administración correcta de las empresas, donde se incluye a la innovación como una ventaja competitiva. (Rotundo, 2020).

## **2.5 Estrategia**

La estrategia es el principal direccionamiento que tiene el comportamiento social, además esto define claramente la misión, visión y los objetivos de la organización creando un comportamiento para las metas, de esta forma direcciona la actividad laboral, personal a nivel formal e informal. Es decir, la estrategia define claramente la adaptación que debe tener la organización y sus elementos para aplicación correcta, dando como resultado los cursos de acción y actividad determinando la cadena de valor de la empresa. (Mendez, 2019)

En el entorno competitivo, las empresas identifican estrategias encaminadas a ganar mayor cuota de mercado y sumar los márgenes de beneficio, pero esta visión es más importante financieramente y no a las necesidades de los clientes. (González, 2020). Citando a Gutiérrez et al., (2020) la estrategia es más relevante cuando en empresas u organizaciones enfrentan condiciones de mercado rápidamente cambiantes, es decir un alto grado de innovación. De hecho, su objetivo es encontrar nuevas oportunidades tanto en el mercado como en el crecimiento de nuevos productos.

## **2.6 Taller Automotriz**

Según Guachichulca y Mayancela (2021) un taller automotriz es la adecuación del talento humano para el servicio de mantenimiento o reparación oportuna de vehículos, permitiendo así la distribución de carga de trabajo e información del mismo en cada una de las áreas, dando como resultado la organización de los mecánicos y distribución de horarios. Esto permite la percepción de los usuarios y clientes, tomando como referencia la información generada para brindar un mejor servicio.

En la ciudad de Machala se ubica el “Taller Automotriz J.E.” el mismo que apertura en noviembre del 2020; se encuentra localizado en las calles “Voltaire Medina y Dos bocas” brindando el servicio de tecnicentro mecánico. Cuenta con 4 colaboradores,

entre ellos 3 mecánicos, de los cuales un técnico fue capacitado por Hino Mavesa especializado en motores y cajas de transmisión de camiones y un auxiliar de mecánica. Entre los principales servicios que ofrece el taller son: reparación de motores, cajas de transmisión, coronas, suspensión, frenos, embragues, alineación y balanceo. Cuenta con 4 gatos hidráulicos de capacidad de 20 toneladas, un elevador con capacidad de 5 toneladas, un compresor para herramientas neumáticas, varias cajas de herramientas y un vehículo para realizar trabajo de emergencia o de campo, esta organización mantiene un horario de lunes a sábado de 8h00 hasta 18h00.

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO**

### **3. Diseño de la investigación**

#### **3.1 Tipos de investigación**

##### ***3.1.1 Descriptiva***

El estudio se realiza por la investigación descriptiva el cual menciona Guevara et al., (2020) cuando se desee describir los parámetros principales se plantea un enfoque investigativo donde se realiza la revisión del contenido actual, siendo publicado en fuentes confiables dando así un contenido fiable y oportuno bajo el enfoque científico, permitiendo el posible punto de partida para otras investigaciones, convirtiéndolo en un uso metodológico. La investigación descriptiva establece un objetivo el cual analiza la información que se desea delinear que explica el propósito de la investigación en el cual desea indagar los fenómenos que intervienen en el objeto de estudio (Gomez, 2020).

Además, se aplica una investigación mixta donde se toma en cuenta lo cualitativo y cuantitativo ya que por medio de estas, se obtiene el nivel de ganancia y creación de nuevas estrategias; también tiene un enfoque correlacional. Ya que tiene la finalidad de relacionar o dar un grado de asociación entre variables que generan información explícita entregando información de relación y así identificar el grado de compatibilidad de los parámetros a analizar. (Gómez E. , 2020)

#### **3.2 Nivel de investigación**

En lo referente al nivel de investigación se da de forma explicativo y exploratorio; estos dos niveles se dan debido a los verbos establecidos en los objetivos de investigación tanto como en el general y en los específicos. En cuanto al nivel exploratorio trata de analizar las características de aquel tema; por otro lado, el nivel explicativo se refiere a que se investiga, en otras palabras, demostrar de forma clara y precisa la información para un buen entendimiento (Galarza, 2020).

#### **3.3 Diseño de la investigación**

##### ***3.3.1 No Experimental***

En el presente proyecto se ejecuta un diseño no experimental; porque no se construye ninguna situación, sino que se dan de situaciones ya existentes; por ejemplo, se sustenta en categorías, sucesos o en varias definiciones sin ser modificado el objeto de investigación. Como lo mencionan Ponce et al., (2021) el diseño no experimental trata

de analizar datos tomando en cuenta un muestreo, por ende, se generará una serie de respuesta, por el cual se hará un análisis estadístico.

### **3.4 Método de la investigación**

Este estudio se vale del método analítico – sintético en el cual es un procedimiento lógico que posibilita analizar las cualidades de la empresa y luego recopilar información mediante una investigación. Además, como lo mencionan Aguilar & Salazar (2019) el cual se define como el proceso sistémico que integra todas las actividades y departamentos de la empresa, de modo que facilita su trabajo para la obtención de mejores resultados de la misma.

### **3.5 Instrumentos de recolección de datos**

De acuerdo con Cisneros et al., (2022) es un proceso que conlleva diversas herramientas de trabajo estas pueden ser digitales, permitiendo obtener resultados cuantitativos y cualitativos de un proceso muestral grande de población, con ello las TIC'S ofrecen potenciadores para la recolección y análisis de datos teniendo una significativa mejora en la calidad de investigación y transparencia de análisis de datos. Por otro lado, como lo mencionan Hernández y Ávila (2020) los instrumentos de recolección de datos tienen un enfoque independiente teórico en la cual se apoya el investigador, permitiendo una mayor profundidad del tema ofreciendo posibles respuestas a complejos problemas de estudio.

#### ***3.5.1 Población universo***

La población es el conglomerado de elementos del cual se desea indagar sus características, dentro de este existen dos tipos de población, accesible y no accesible. Siendo la primera donde los elementos son en menor cantidad y se pueden monitorear y los no accesible no se logra tener un acceso ya que la población es muy grande (Ventura, 2017). Además, la provincia del El Oro cuenta con 246 talleres automotrices que ofrecen los similares servicios. (INEC, 2022)

#### ***3.5.2 Población objeto de estudio***

Según lo manifestado por Gómez et al., (2016) la población de estudio se refiere a un grupo específico de casos que está definido, limitado y accesible, y que sirve como base para seleccionar la muestra en una investigación. Es importante destacar que esta población no se limita únicamente a seres humanos, sino que puede abarcar animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones, entre

otros. En la provincia de El Oro, en la ciudad de Machala existen 30 talleres automotrices que ofrecen el servicio de reparación de motores, cajas, suspensión y frenos entre otros. (INEC, 2022)

### **3.5.2 Muestra**

Según lo mencionado por Quispe et al., (2020) es una característica del método cuantitativo el cual ofrece el cálculo del tamaño proporcional a la población sin perder la factibilidad de los datos siendo así que la muestra facilita probar la hipótesis a determinar. Esta investigación se la realizó en el “Taller Automotriz J.E.” el mismo que inició sus servicios en noviembre del 2020; se encuentra localizado en la ciudad de Machala en las calles Voltaire Medina y dos bocas brindando el servicio de tecnicentro mecánico. Además, cuenta con servicios tales como: balanceo, dirección, reparación de motores de cajas, coronas, suspensión, sistema de frenos de vehículos de carga y automóviles; ya que forman parte de la organización seis personas.

## **3.6 Técnicas de recolección de datos**

Como lo expresan Sánchez et al., (2021) en la recolección y el análisis de datos se realizan simultáneamente, y el análisis no sigue un patrón preestablecido, ya que cada estudio tiene su propio esquema y requiere la creatividad del investigador. Además de acuerdo con Sánchez et al., (2021) se pueden identificar varias técnicas para recopilar información, como la observación participante, entrevistas o encuestas, revisión de documentos, y técnicas proyectivas. También hay varios instrumentos que se utilizan para recolectar datos, como guías de observación y anecdotarios. El presente proyecto se encamina por la encuesta como un instrumento de recolección de datos, que permita observar las diferentes respuestas de los encuestados para proceder a tabulaciones y cuenta con un análisis estadístico correlacional combinada con tablas cruzadas.

### **3.6.1 Técnica de la encuesta**

Según lo menciona Ávila et al., (2020) facilita la obtención de opiniones de un mayor número de personas y cuando están geográficamente dispersas. Además, facilita la organización y análisis de las opiniones recibidas de los encuestados, permitiendo al investigador convertirlas inferencial mente en información útil para la investigación. Con ello se realizó encuestas al personal y al gerente de la empresa, obteniendo resultados sobre qué capacidades dinámicas manejan dentro de la organización y cuales se pueden mejorar para obtener la ventaja competitiva. La encuesta se les aplicó

a los 6 miembros del taller automotriz; mediante el google forms conformada por 2 preguntas de información general y 16 preguntas del tipo la escala de Likert.

**Tabla 1:**

*Nómina de trabajadores*

<b>Taller automotriz J.E</b>	
<b>Funciones</b>	<b># Personas</b>
Gerente	1
Contador	1
Técnico eléctrico	1
Técnico mecánico	2
Asistente de taller	1
<b>Total</b>	<b>6</b>

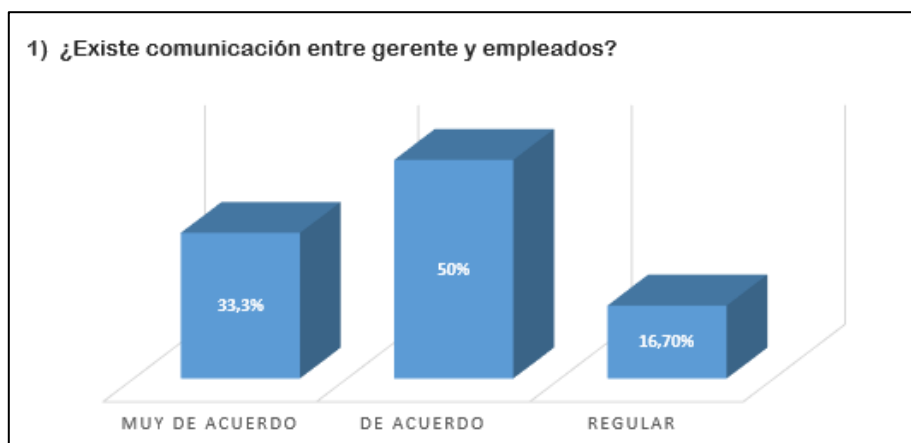


## CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Presentación de resultados

Luego de haber realizado el estudio de campo se optó por el instrumentó de la encuesta mediante el google forms aplicada a cada colaborador de la mecánica automotriz, por ende, se presentaron varios resultados que están comprendidos en muy de acuerdo, de acuerdo, regular, en desacuerdo y muy en desacuerdo, por el cual se le denomina preguntas de la escala de Likert. Ya que con dichas respuestas se pudo verificar en qué estado se encuentra la empresa con referente a las capacidades dinámicas

**Figura 1:**  
*Pregunta 1*



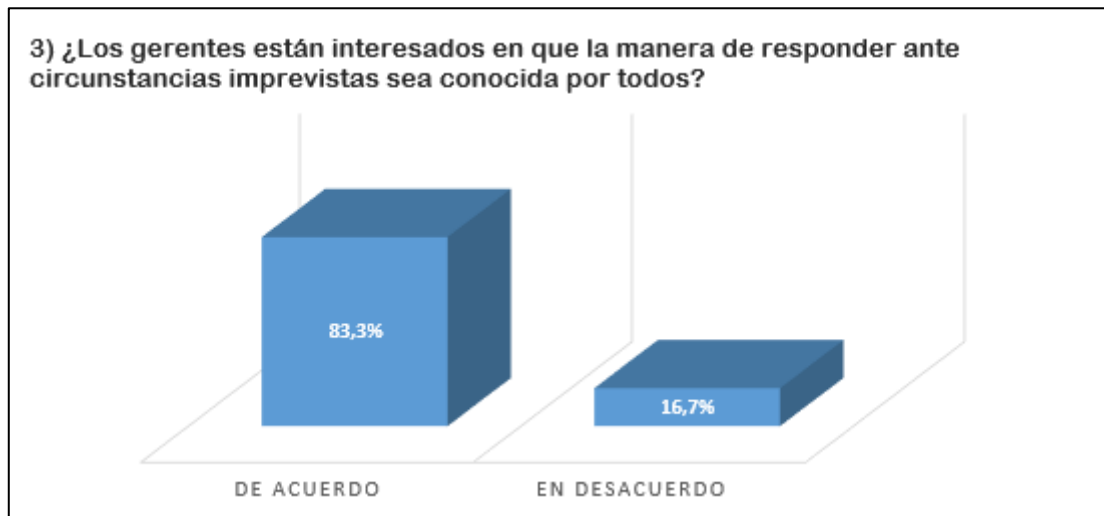
- **Interpretación:** En base a los resultados obtenidos entre el gerente y los colaboradores existe una buena comunicación sobre la organización para aumentar la eficiencia y eficacia.

**Figura 2:**  
*Pregunta 2*



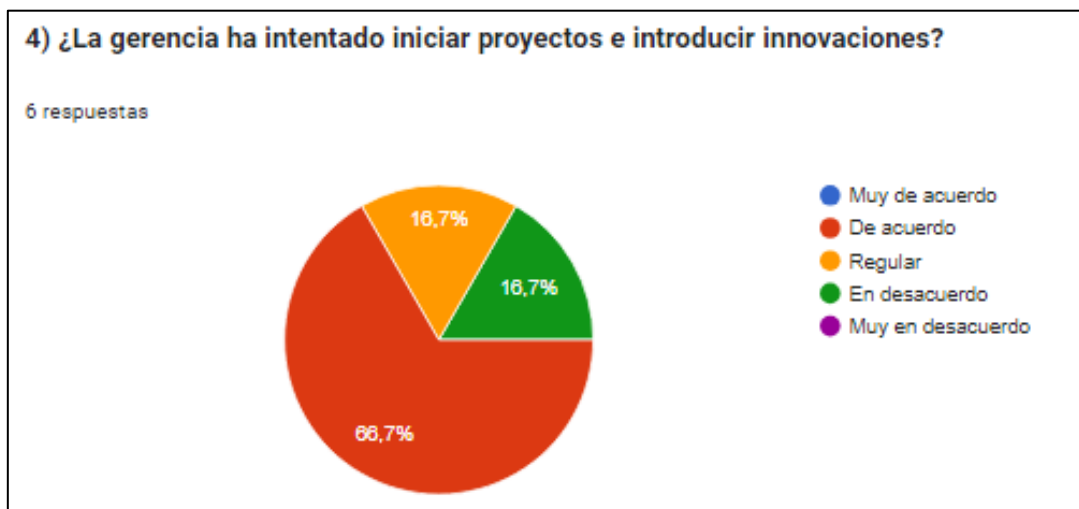
- **Interpretación:** Los resultados obtenidos mencionan que en su gran mayoría el gerente esta abierto a receptar nuevas ideas para que exista una buena innovación dentro de la organización.

**Figura 3:**  
*Pregunta 3*



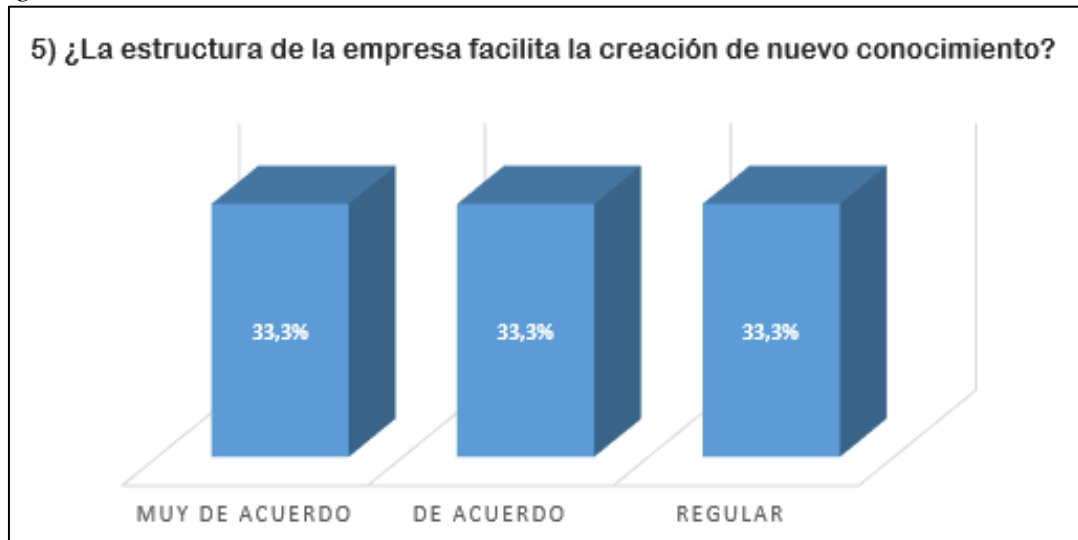
- **Interpretación:** Según los datos recolectados mencionan que los gerentes comunican las eventualidades o nuevas circunstancias que sucedan en la empresa y procurar que sean de conocimiento de toda la organización para aumentar la eficiencia y eficacia.

**Figura 4:**  
*Pregunta 4*



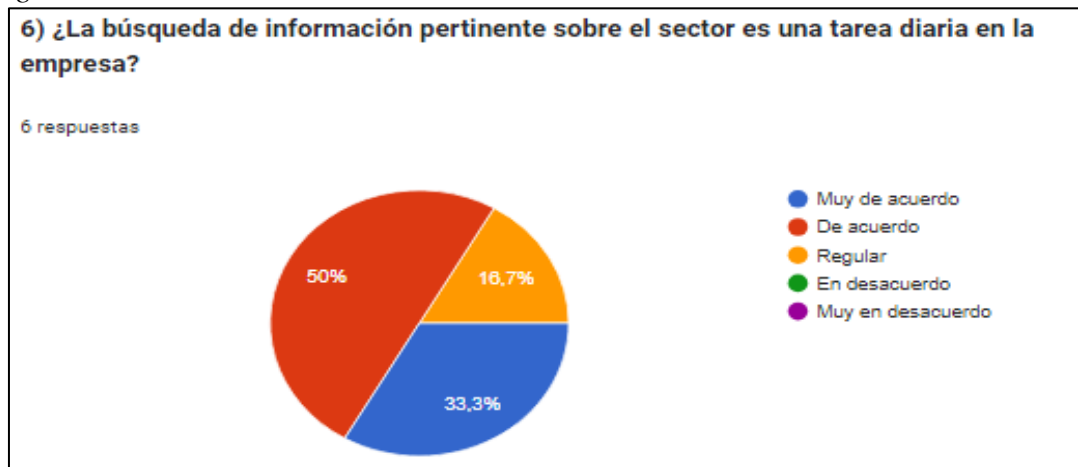
- **Interpretación:** Agrupando la información reflejó que la cúpula gerencial busca constantemente proyectos para innovar.

**Figura 5:**  
*Pregunta 5*



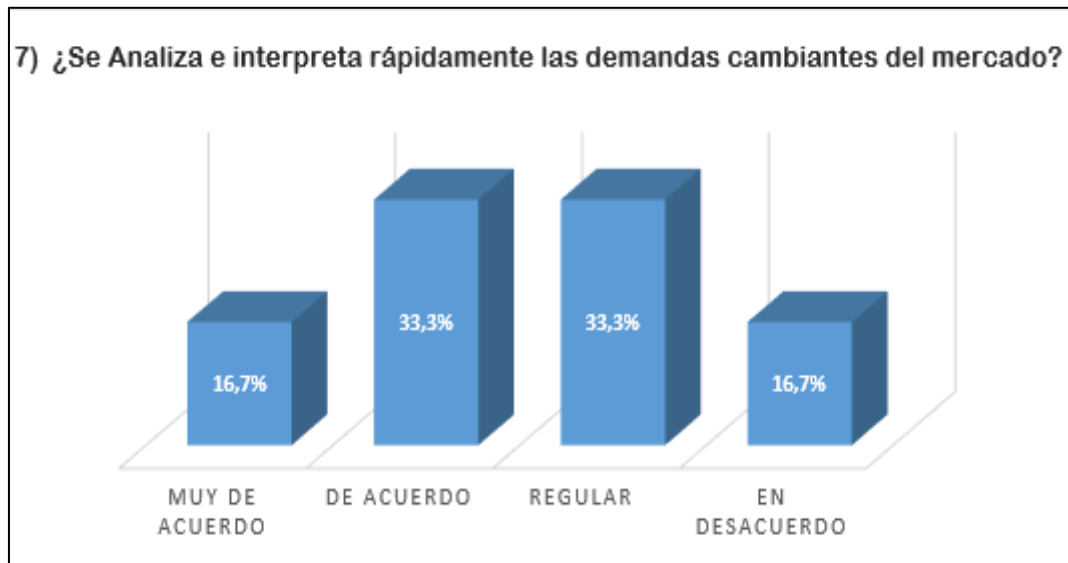
- **Interpretación:** Lo manifestado por los colaboradores indicó que su estructura facilita la creación de aprendizaje en un factor medio.

**Figura 6:**  
*Pregunta 6*



- **Interpretación:** Con las respuestas se estableció que una inclinación medianamente fuerte la organización busca información diaria sobre el sector automotriz.

**Figura 7:**  
*Pregunta 7*



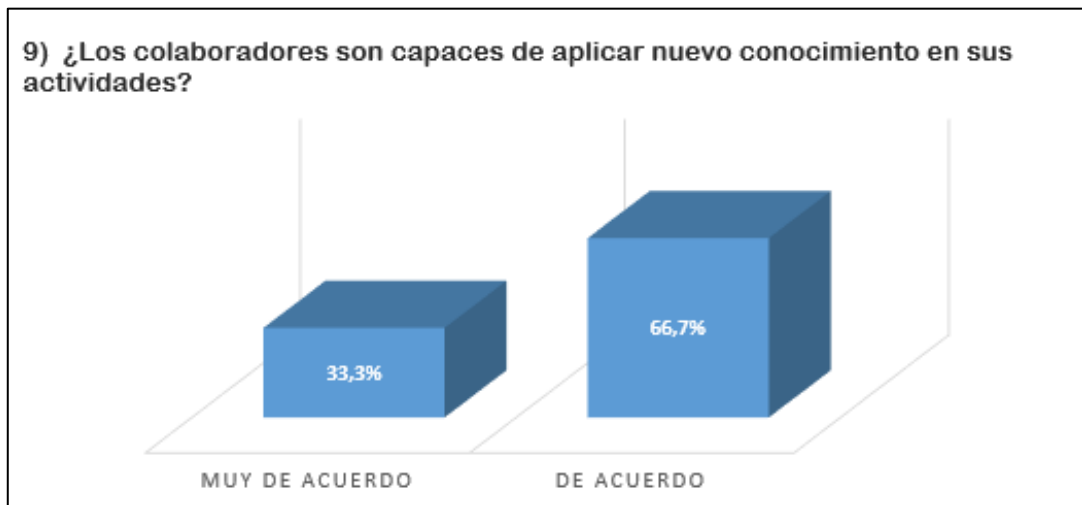
- **Interpretación:** Se manifestó que la organización mediante los datos que obtiene analiza y aplica rápidamente sobre los clientes o posibles cliente.

**Figura 8:**  
*Pregunta 8*



- **Interpretación:** Con los resultados obtenidos se manifestó que la organización no tiene un fuerte factor de alianzas en el sector.

**Figura 9:**  
*Pregunta 9*



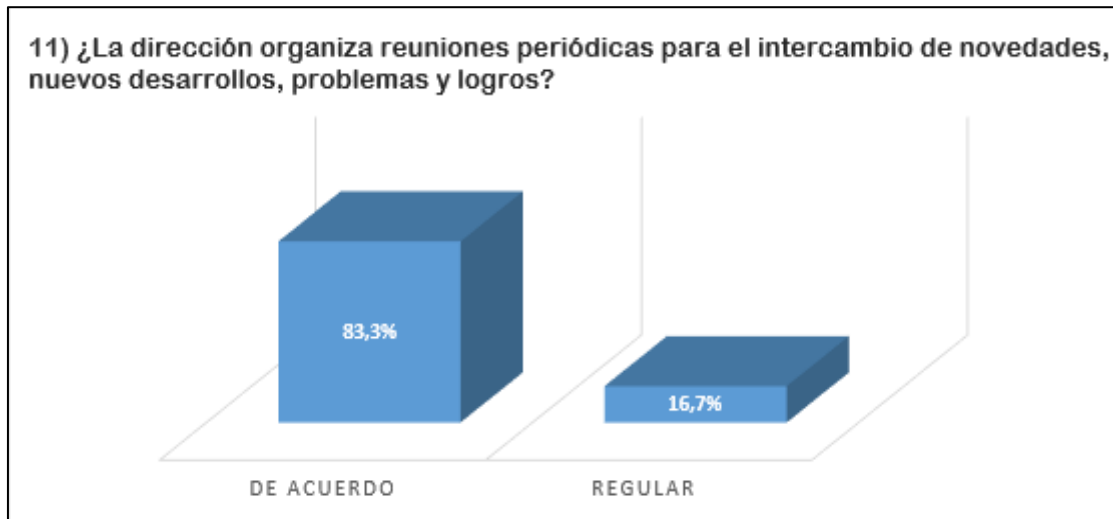
- **Interpretación:** El análisis de las respuestas reflejó que los colaboradores casi siempre aplican los nuevos conocimientos aprendidos por lo cual se afianzan a los conocimientos ya aprendidos con anterioridad.

**Figura 10:**  
*Pregunta 10*



**Interpretación:** Los resultados obtenidos expresaron que la administración indica que los colaboradores deben utilizar fuentes de información del sector para poder estar a la par de la competencia y brindar informes coherentes permitiendo la toma de decisiones.

**Figura 11:**  
*Pregunta 11*



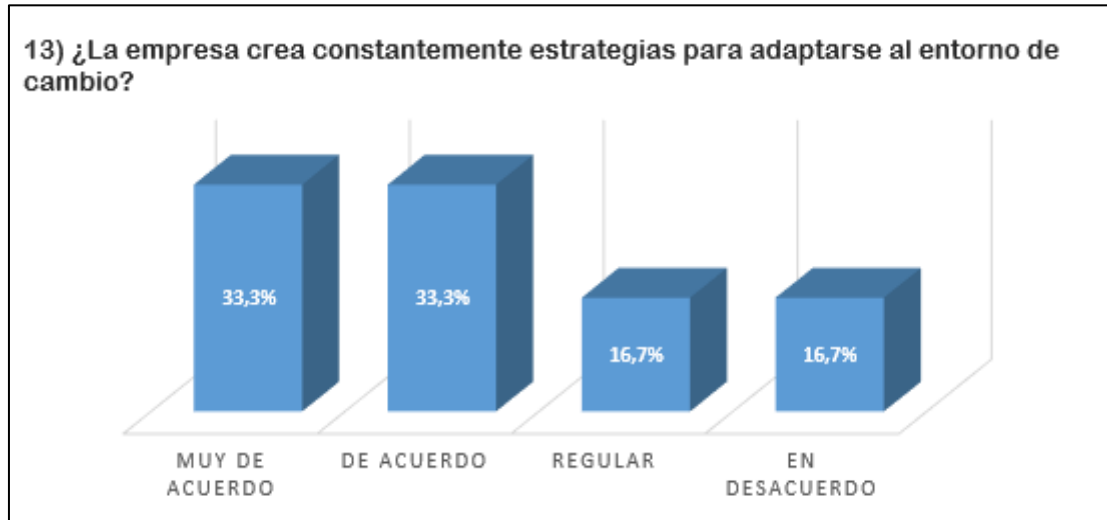
- **Interpretación:** Con las respuestas se analizó que la organización realiza reuniones periodicas para informar o comunicar al personal la situación de la organización.

**Figura 12:**  
*Pregunta 12*



- **Interpretación:** Los resultados obtenidos reflejó que la gerencia es capaz de reconocer nueva información, asimilarla y aplicarla reconociendo así su valor.

**Figura 13:**  
*Pregunta 13*



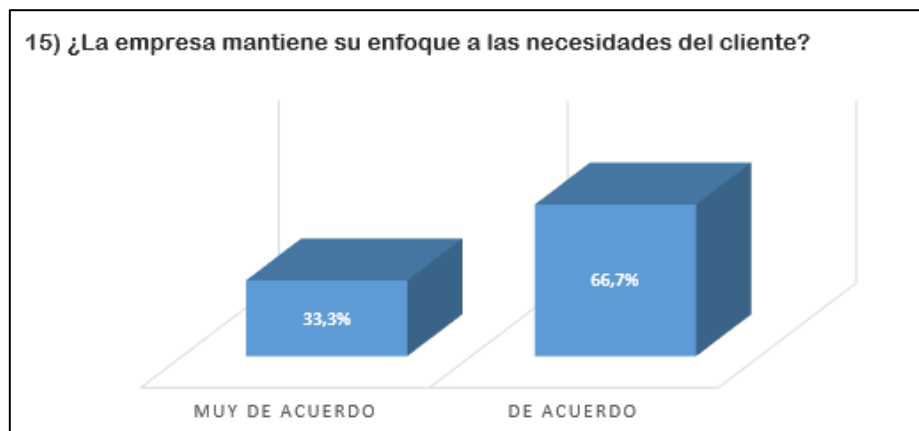
- **Interpretación:** Lo manifestado por las respuestas mantienen que la organización trata de mantener un entorno de cambio por medio de estrategias pero para los colaboradores no siempre es visible.

**Figura 14:**  
*Pregunta 14*



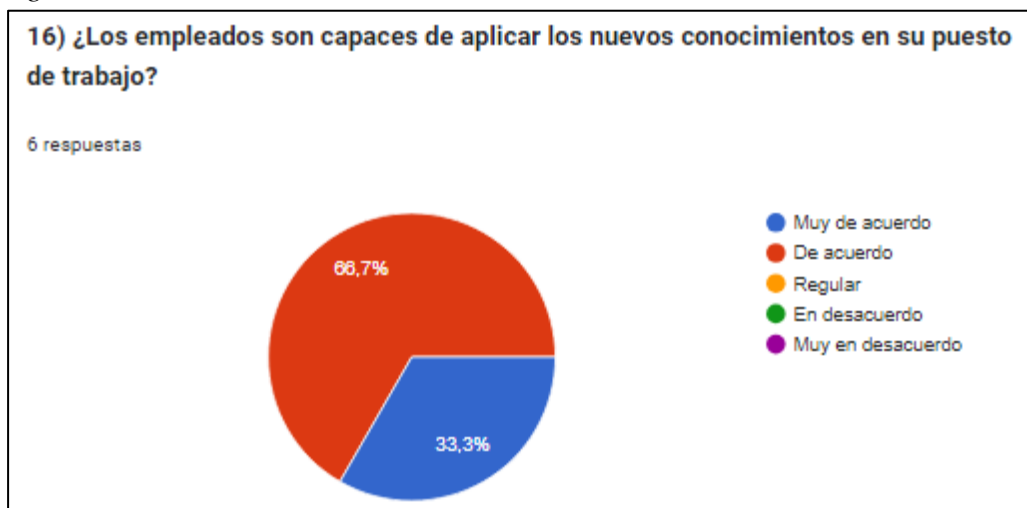
- **Interpretación:** Mediante lo establecido los colaboradores expresaron que la organización mantiene constantemente actualizados a sus empleados sobre los cambios que tenga la organización.

**Figura 15:**  
*pregunta 15*



- **Interpretación:** Las respuestas obtenidas expresaron que la empresa mantiene un enfoque definido a las necesidades de los clientes para que exista una buena detección lo cual es parte fundamental de las capacidades dinámicas permitiendo obtener un buen desempeño competitivo, lo que da como resultado la fidelización de los clientes.

**Figura 16:**  
*Pregunta 16*



- **Interpretación:** Los resultados reflejados por la encuesta establecen que los colaboradores asimilan nuevos conocimiento dentro de la organización lo cual resulta en beneficio a su experiencia y a la empresa ya que aplican sus aprendizajes permitiéndoles ser más eficientes y eficaces con el tiempo y aumentar el desempeño competitivo dando como resultado las capacidades dinámicas.



#### 4.1.1 Tablas Cruzadas

Dentro de la investigación además se realizó las tablas cruzadas para favorecer el estudio los cuales reflejan un punto de vista diferente de la investigación, tomando como análisis la correlación de ciertas preguntas que fueron planteadas, permitiendo obtener una gráfica climática de relación y no relación. La cual se basa en dos puntos fundamentales como es la relación de Pearson y la correlación Spearman, que están evaluadas del cero a uno, sobre los 6 casos válidos.

#### CORRELACIÓN PREGUNTA (1-16)

- Las nuevas oportunidades para servir a los clientes son entendidas rápidamente por los colaboradores.
- Los empleados son capaces de aplicar los nuevos conocimientos en su puesto de trabajo.

**Tabla 2:**

*Análisis de los datos de correlación de las preguntas (1-16)*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significació n aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,857	,071	3,333	,029 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,894	,115	4,000	,016 <sup>c</sup>
N de casos válidos		6			

**Figura 17:**

*Correlación de Pearson y Spearman de las preguntas (1-16)*



- **Interpretación** Dentro de este análisis correlacional se puede decir que existe ambas correlaciones fuertes ya que los colaboradores son propensos a buscar nuevas formas de satisfacer las necesidades de los clientes.

## CORRELACIÓN PREGUNTA (5-9)

- Los gerentes parecen estar abiertos a nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas
- ¿Los gerentes están interesados en que la manera de responder ante circunstancias imprevistas sea conocida por todos?

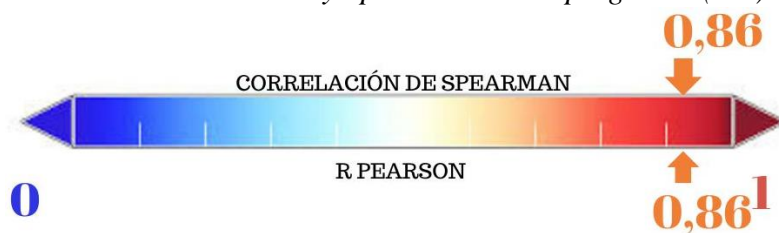
**Tabla 3:**

*Análisis de datos de correlación de las preguntas (5-9)*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,866	,072	3,464	,026 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,866	,125	3,464	,026 <sup>c</sup>
N de casos válidos		6			

**Figura 18:**

*Correlación de Pearson y Spearman de las preguntas (5-9)*



- **Interpretación:** En base a la correlación de R Pearson refleja una correlación muy fuerte al igual que la correlación Spearman, ya que los gerentes brindan la información necesaria a sus colaboradores otorgando información transparente de las acciones de la empresa.

### **Análisis FODA**

El análisis FODA permite identificar como está la empresa en cuanto a sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, lo que favorece para mejorar y reforzar el desarrollo de la organización. Según lo manifestado por Aliaga et al., (2018) el DAFO es una herramienta para el pensamiento estratégico que ayuda en el diagnóstico y planificación, y no solo para describir. Es un método eficiente que se enfoca en el análisis confrontado de factores internos y externos. En la investigación se optó por un análisis FODA que se elaboró con las respuestas dadas por los entrevistados diferenciando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, donde servirá para construir las estrategias.

**Tabla 4:**  
*Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Están abiertos a receptor nuevas ideas	Ordenanza municipal y ambiental
Planificación por parte de todos para resolver cosas imprevistas.	Escasa actualización sobre los cambios que ocurren en el mercado.
Inician proyectos para innovar	Carencia en Analizar e interpretar las demandas cambiantes del mercado
Se enfocan en las necesidades de los clientes.	Pocas alianzas con otras organizaciones
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Aprovechan las nuevas ocasiones	Constante cambios en la demanda del mercado.
Incremento del parque automotor en la ciudad de Machala.	Evolución de la tecnología automotriz
Utilizar la información para crear nuevos nichos de mercado.	Desastres naturales o pandemias que afecten la demanda del mercado.

#### **4.2 Contratación de Resultados**

Lo establecido por Donawa y Gámez (2019) que la gerencia tiene la incapacidad de pensar y de crear nuevas ideas bloqueando así las estrategias de las empresas las cuales se afianzan en creencia, actitudes como herramientas innovadoras dentro de la cultura de innovación. Estos hallazgos se contrastan con los datos encontrados en la encuesta que establecen que los gerentes están abiertos a nuevas ideas innovadoras del taller automotriz buscando información del sector.

Como lo mencionan Yáñez et al., (2018) el recurso humano dentro de las micro empresas son parte fundamental del desempeño competitivo de la organización ya que presentan características individuales que receptan las micro empresas permitiendo así un aumento de la productividad de los procesos. En similitud se refleja a los resultados encontrados en la investigación, los cuales son los colaboradores asimilan nuevos conocimientos dentro de la organización lo cual resulta en beneficio a su experiencia y a la empresa ya que aplican lo aprendido permitiéndoles ser más efectivo con el tiempo y aumentar así el desempeño competitivo dando como resultado las capacidades dinámicas.

Según lo establecido por Salazar et al., (2017) la fidelización de los clientes es un proceso a largo plazo ya que se deben tener en cuenta las necesidades de dichos clientes ayudando a superar sus expectativas dando como resultado una relación con el comprador, ayudando mantener un número estable de clientela aumentando así la confianza de muchos clientes del entorno. En relación a los resultados de la

investigación establecen que se debe mantener un enfoque definido a las necesidades de los clientes para que exista una buena detección lo cual es parte fundamental de las capacidades dinámicas permitiendo obtener un buen desempeño competitivo, lo que da como resultado la fidelización de los clientes.

La comunicación actualizada entre la dirección y los colaboradores de la organización pertenecen a un plan que evidencia un fenómeno polifacético lo cual lleva a un entendimiento global, que busca la mejora en el ambiente laboral teniendo una repercusión positiva en el desempeño (Cárdenas, 2022). En relación con la información de los resultados de la investigación establece entre el gerente y colaboradores existe una buena comunicación sobre la organización para aumentar el desempeño de la misma.

#### **4.3 Propuesta integradora**

Dentro del estudio de la investigación se propone estrategias para el mejoramiento de la empresa, ya que se puede visualizar y analizar el FODA para proceder a realizar las diferentes estrategias FO, FA, DO y DA, que brindan un beneficio para que la organización logre identificar, evaluar y aplicar las capacidades dinámicas y diferentes métodos de resolver la problemática de dicha investigación.

Se pudo distinguir que las capacidades dinámicas son un factor relevante de ventaja competitiva ya que dotan a la organización de factores puntuales como la innovación, adaptabilidad, detección y aprendizaje, los cuales mantienen un enfoque en el personal, los directivos y el estudio constante del entorno. Dentro de la organización se identificó que existen estos factores, pero sin darles una participación importante en la toma de decisiones; evaluando estos elementos se encontró que son la base de la ventaja competitiva ya que estudia el entorno de la organización al igual que mediante las estrategias del FODA se puedan aplicar correctamente.

Con base a lo que se compone las capacidades dinámicas son: innovación, adaptabilidad, detección y aprendizaje; dentro de la investigación se destaca que los gerentes están abiertos a nuevas ideas que permitan innovar y motivar a los colaboradores a buscar información vital para la organización del sector, al igual que el directivo debe comunicar a los colaboradores de las acciones tomadas y crear estrategias para anticiparse al mercado en constante cambio. A continuación, se presentan las estrategias:

**Tabla 5:**  
*Estrategias del análisis FODA*

<p style="text-align: center;">Internas                  Externas</p>	Oportunidades	Amenazas
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprovechan las nuevas oportunidades.</li> <li>2. Incremento del parque automotor en la ciudad de Machala.</li> <li>3. Aprovecha la información para crear nuevos nichos de mercado.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constante cambios en la demanda del mercado.</li> <li>2. Evolución de la tecnología automotriz.</li> <li>3. Desastres naturales o pandemias que afecten la demanda del mercado.</li> </ol>
Fortalezas	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Están abiertos a receptor nuevas ideas</li> <li>2. Planifican para resolver cosas imprevistas.</li> <li>3. Inician proyectos para innovar</li> <li>4. Se enfocan en las necesidades de los clientes.</li> </ol>	<p>F3, O2 – Atraer nuevos clientes con los proyectos de innovación.</p> <p>F1, O1 - Poner en práctica en las nuevas ideas para aprovechar las oportunidades.</p> <p>F4, O3 – Implementar nuevos servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes.</p>	<p>F4, A2 – Mejorar la tecnología automotriz enfocados en las necesidades de los clientes.</p> <p>F3, A1 – Brindar nuevos servicios para adaptarse a los cambios en la demanda del mercado.</p> <p>F2, A3 - Aprovechar la planificación para reparar cosas imprevistas que afecten a la demanda del mercado</p>
Debilidades	<b>ESTRATEGIA DO</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ordenanza municipal y ambiental</li> <li>2. Escasa actualización sobre los cambios que ocurren en el mercado.</li> <li>3. Carencia en Analizar e interpretar las demandas cambiantes del mercado</li> <li>4. Pocas alianzas con otras organizaciones</li> </ol>	<p>O1, D4 – Explotar las nuevas oportunidades para mejorar las alianzas con otras organizaciones.</p> <p>O3, D1. D2 – Investigar que nichos de mercado no tienen impedimentos o adecuaciones costosas para mantener una actualización de los servicios actuales.</p>	<p>D1, A1, A2 Utilizar medios de comunicación que estén informando constantemente sobre cambios en el mercado y la evolución de la tecnología automotriz.</p>

## 4.4 Valoración de la Factibilidad: Dimensiones Técnica-Económica

### Social-Ambiental

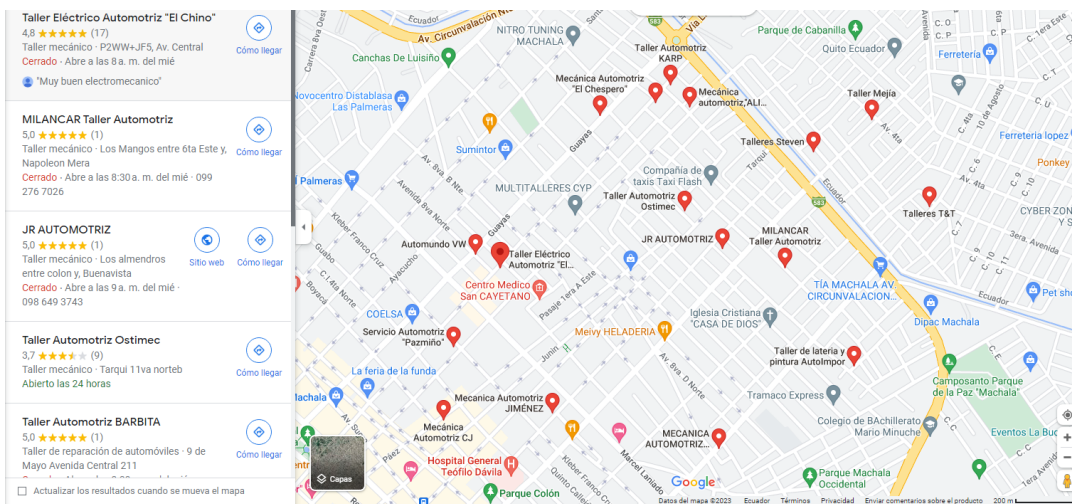
#### 4.4.1 Dimensión técnica

Como lo expresa Morillo et al., (2015) la dimensión técnica se refiere a las habilidades prácticas y no formales que se necesitan para realizar una tarea, también conocidas como "know how" o saber cómo hacer algo. Además, este tiene un enfoque hacia la estructura de la organización, por ende, se le incluye las actividades que realiza el negocio. Por el cual con este estudio de dimensión técnica pueden garantizar la calidad y cantidad de sus servicios o productos para los consumidores.

#### - Localización del proyecto

### Figura 19:

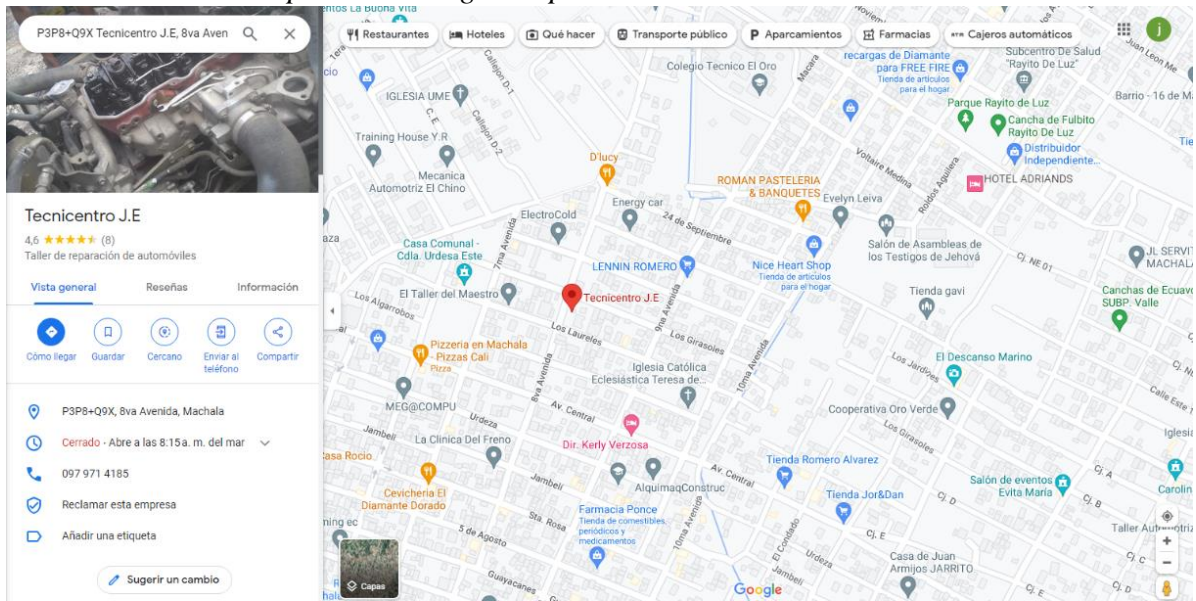
#### Ubicación del proyecto



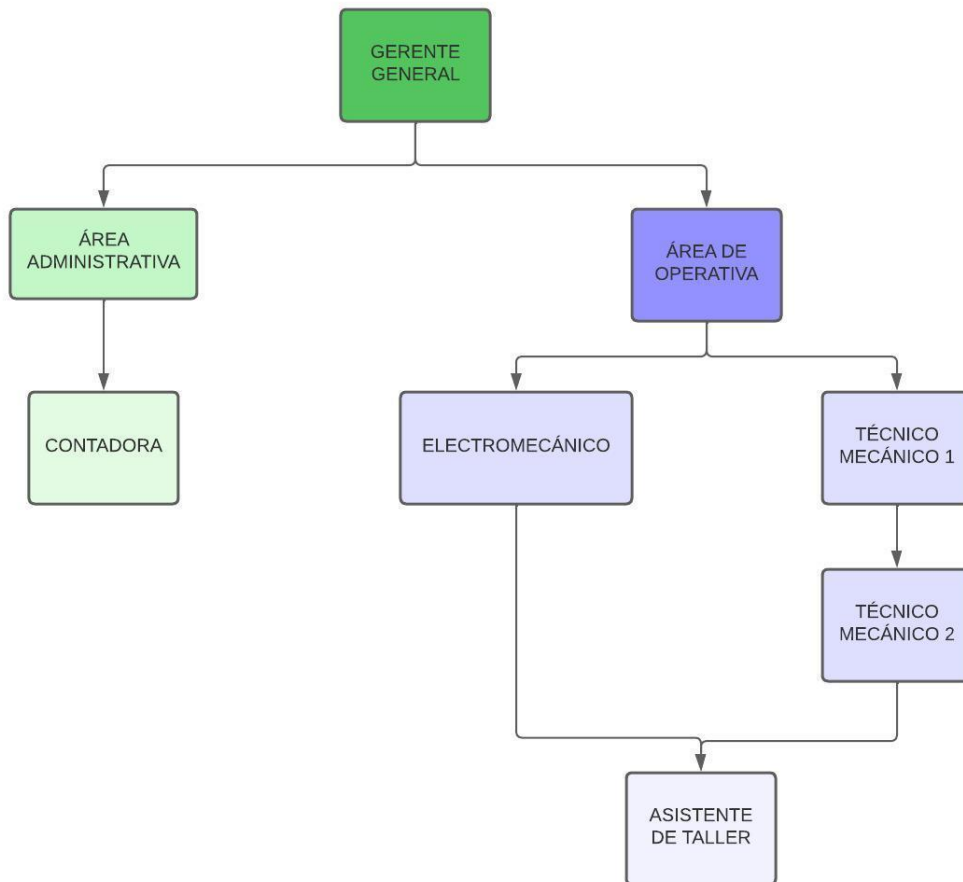
#### - Ubicación geográfica

La mecánica automotriz “TECNICENTRO JE” se encuentra localizada en la provincia de El Oro dentro de la ciudad de Machala en el barrio rayito de luz, exactamente en las calles 8va avenida entre los laureles y AV. central, está ubicado en el lugar debido al amplio espacio que tiene para almacenar los carros livianos y pesados por el cual facilita el trabajo de los mecánicos, además cuenta con una oficina, por ende se divide en área administrativa y área operativa Como referencia hay una lubricadora en la esquina y se encuentra a dos cuadras del Colegio Técnico el Oro.

**Figura 20:**  
*Localización de la empresa en Google Maps*



**Figura 21:**  
*Organigrama*





**Tabla 6:***Capacidad instalada del proyecto de autos*

Servicios para autos		Costos de servicio en dólares				
		Cantidad diaria	Total, servicio diario	Cantidad mensual	Total, servicio mensual	Total, servicio anual
Servicios	Precio	Total servicio	Valor diario	Total servicio	Valor mensual	Valor anual
Balanceo del vehículo	\$20	1	\$20	20	\$400	\$4.800
Reparación de motores	\$350	1	\$350	1	\$350	\$4.200
Reparación de cajas de transmisión	\$150	1	\$150	2	\$300	\$3.600
Suspensión	\$30	1	\$30	40	\$1.200	\$14.400
Sistema de frenos	\$25	1	\$25	40	\$1.000	\$12.000
Reparación de corona	\$60	1	\$60	2	\$120	\$1.440

**Tabla 7:***Capacidad instalada del proyecto de camiones livianos*

Servicios para camiones livianos		Costos de servicio en dólares				
		Cantidad diaria	Total, servicio diario	Cantidad mensual	Total, servicio mensual	Total, servicio anual
Servicios	Precio	Total servicio	Valor diario	Total servicio	Valor mensual	Valor anual
Balanceo del vehículo	\$10	1	\$10	20	\$200	\$2.400
Reparación de motores	\$600	1	\$600	1	\$350	\$4.200
Reparación de cajas de transmisión	\$250	1	\$250	2	\$500	\$6.000
Suspensión	\$120	1	\$120	40	\$4.800	\$57.600
Sistema de frenos	\$60	1	\$60	40	\$2.400	\$28.800
Reparación de corona	\$110	1	\$110	2	\$220	\$2.640



**Tabla 8:***Capacidad instalada del proyecto de camiones pesados*

Servicios para camiones pesados		Costos de servicio en dólares				
		Cantidad diaria	Total, servicio diario	Cantidad mensual	Total, servicio mensual	Total, servicio anual
Servicios	Precio	Total servicio	Valor diario	Total servicio	Valor mensual	Valor anual
Balanceo del vehículo	\$15	1	\$15	15	\$225	\$2.700
Reparación de motores	\$900	1	\$900	1	\$350	\$4.200
Reparación de cajas de transmisión	\$700	1	\$700	2	\$1.400	\$16.800
Suspensión	\$240	1	\$240	28	\$6.720	\$80.640
Sistema de frenos	\$180	1	\$180	30	\$5.400	\$64.800
Reparación de corona	\$250	1	\$250	2	\$500	\$6.000

**4.4.2 Dimensión económica****Tabla 9:***Balance General*

TALLER AUTOMOTRIZ J.E			
BALANCE GENERAL			
<b>ACTIVO</b>	<b>\$ 66.845,53</b>	<b>PASIVO</b>	<b>\$ 21.380,00</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 10.845,53</b>	CUENTAS POR PAGAR	\$ 16.000,00
CAJA	\$ 800,53	DOCUEMNTOS POR PAGAR	\$ 5.380,00
BANCOS	\$ 3.225,00	<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 45.465,53</b>
CUENTAS POR COBRAR	\$ 2.300,00	CAPITAL SOCIAL	\$ 10.230,00
INVENTARIO	\$ 4.520,00	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 35.235,53
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 56.000,00</b>		
TERRENO	\$ 30.000,00		
EDIFICIO	\$ 10.000,00		
MAQUINARIA	\$ 10.000,00		
VEHICULO	\$ 6.000,00		
<b>ACTIVO</b>	<b>\$ 66.845,53</b>	<b>PASIVO+ PATRIMONIO</b>	<b>\$ 66.845,53</b>

**Tabla 10:***Estado de resultado*

<b>TALLER AUTOMOTRIZ J.E</b>		
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>		
<b>INGRESOS</b>		<b>\$320.400,00</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$255.243,58
.=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$65.156,42
(-)GASTOS OPERACIONALES		\$7.394,00
GASTOS SUELDOS	\$3.500,00	
GASTOS BENEFICIOS SOCIALES	\$1.894,00	
GASTO POR DEPRECIACIÓN DE EDIFICIOS	\$1.000,00	
GASTO DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA	\$1.000,00	
GASTO DE DEPRECIACIÓN DE VEHICUOS	\$600,00	
.=UTILIDAD OPERACIONAL		\$57.762,42
(+)OTROS INGRESOS		\$0,00
(-)OTROS EGRESOS		\$2.491,00
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION A TRABAJADORES		\$55.271,42
(-)15% PARTICIPACION A TRABAJADORES		\$8.290,71
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$46.980,71
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA		\$11.745,18
UTILIDAD ANTES DE RESERVA		\$35.235,53
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$35.235,53</b>

**Tabla 11:***Información del sector*

<b>INFLACIÓN DEL SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>INFLACIÓN DE PAÍS</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>PREMIO AL RIESGO</b>
<b>1,97%</b>	2,20%	MENOR	1%
<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>TASA PASIVA</b>	<b>PREMIO AL RIESGO</b>	
<b>2,20%</b>	2,75%	1%	6,0%

**Tabla 12:***Tipo de inversión*

<b>INVERSIÓN</b>	<b>APORTACIÓN</b>	<b>TMAR</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>CAPITAL PROPIO</b>	50%	6,0%	3,0%
<b>FINANCIAMIENTO</b>	50%	12,0%	6,0%
		<b>TMAR GLOBAL</b>	9,00%

**Tabla 13:***Fujo de caja proyectado*

<b>TASA</b>	<b>12%</b>				
	<b>AÑOS 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESO</b>	\$320.400,00	\$310.240,00	\$315.720,00	\$300.825,00	\$297.231,00
<b>EGRESO</b>	\$307.900,00	\$296.440,00	\$302.520,00	\$286.925,00	\$282.231,00
<b>GANANCIA</b>	<b>\$12.500,00</b>	<b>\$13.800,00</b>	<b>\$13.200,00</b>	<b>\$13.900,00</b>	<b>\$15.000,00</b>

**Tabla 14:***Datos del de los indicadores*

INFORMACIÓN		
APORTE DE CAPITAL PROPIO	50%	
FINANCIAMIENTO	50%	
TASA PASIVA	2,75%	Banco Pichincha
TASA ACTIVA	12%	Banco Pichincha
INFLACIÓN DEL SECTOR	1,97%	
INFLACIÓN NACIONAL	2,20%	
INVERSIÓN	\$50.000,00	

**Tabla 15:***Van y TIR*

TMAR	9,00%	
INVERSIÓN	-\$50.000,00	
1	\$12.500,00	
2	\$13.800,00	
3	\$13.200,00	
4	\$13.900,00	
5	\$15.000,00	
VAN	\$52.871,98	
TIR	11,13%	
TMAR	9,00%	2,13%

**Tabla 16:***Indicadores financieros*

LIQUIDEZ		
SOLVENCIA	ACTIVO/PASIVO	
3,1		
ENDEUDAMIENTO	PASIVO/CAPITAL SOCIAL	
2,1		
RENTABILIDAD		
RENTABILIDAD ECONOMICA (ROI)		
U. ANTES DE IMPUESTO	36%	
MARGEN	U. ANTES DE IMP./VENTA	
31%		
RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE)		
60%		

**Tabla 17:***Ari Crédito Contado*

<b>UTILIDAD</b>	<b>35235,53</b>	<b>CREDITO</b>	<b>66%</b>	<b>\$210.729,00</b>		
<b>INVERSIÓN</b>	50000	<b>CONTADO</b>	34%	\$109.671,00		
<b>VENTAS TOTALES</b>	\$320.400,00					
<b>ROE</b>	0,7047106	<b>70,47%</b>				
<b>ARI CRED</b>	210729	<b>0,7</b>		<b>RESUMEN</b>	ARI CRE	46,35%
	320400				ARI CONT	24,12%
						<b>70,47%</b>
<b>0,463492385</b>	<b>46,35%</b>					
<b>ARI CONT</b>	109671	<b>0,34</b>				
	320400					
<b>0,241218215</b>	<b>24,12%</b>					

**4.4.3 Dimensión social**

El taller automotriz brinda soluciones a los problemas causados por los daños en los vehículos, aporta así un beneficio social el cual genera conciencia en los dueños de los automotores a realizar periódicamente mantenimiento y de esta forma mitigar los accidentes e incluso daños más graves y costosos. Por tal motivo la empresa repara los vehículos tanto liviano como pesado de la forma correcta, brindando un servicio de calidad con trabajadores capacitados y repuestos 100% nuevos y costos accesibles a los usuarios, llegando a garantizar las reparaciones ejecutadas en la empresa.

El personal de la empresa brinda sugerencias acerca de las piezas que a corto plazo pueden causar un desperfecto, por tal motivo los clientes van a saber que pieza cambiar en un determinado tiempo, por ende, la sociedad se siente seguro de dejar en buenas manos sus vehículos ya que brindan seguridad, compromiso, empatía y responsabilidad. Ayudando así con la generación de empleo y entregando una remuneración justa a los colaboradores con todos los beneficios sociales, por ende, beneficia a la reducción de desempleo.

**4.4.4 Dimensión Ambiental**

Como lo mencionan García y Capa (2021) la dimensión ambiental es un tema que debe analizarse de varios ángulos ya que tiene diferentes puntos de vista ya sean estos en varios enfoques sociales, económicos e incluso culturales, manteniendo en

consideración las relaciones del medio ambiente y lo que comprende dicho entorno como componentes biológicos, colectivos y la base de la vida. Permitiendo así el uso razonable de recursos y cuidado de los mismos priorizando el desarrollo sustentable evitando problemas medioambientales que al largo plazo se conviertan en dificultad sociales, económicas.

Dentro de la reforma del 3 de mayo del 2018 establece que para los talleres automotrices y lubricadoras existen varios acuerdos con referente a los desechos y residuos que este tipo de actividad dejen como: aceites, residuos grasos sintéticos y componentes resultantes dicha actividad. En el artículo número cinco de la normativa del ministerio del ambiente establece:

Teniendo en cuenta el crecimiento del parque automotor donde se ubica el taller automotriz tiene un crecimiento aproximado de 1000 automotores anuales, lo cual representa un gran impacto ambiental a la zona por lo cual el taller ayuda con los aspectos ambientales como recomendaciones de cambio de parte que por su desgaste aumenten la contaminación, entrega y recolección de desechos como aceites y grasas sintéticas. Informar de aspectos importantes como la no eliminar del catalizador de gases que ayuda a minimizar la contaminación por Dióxido de carbono.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Conclusiones**

Se determinó que las capacidades dinámicas en el mercado de un taller automotriz son un factor vital de ventaja competitiva ya que estos se enfocan en aspectos fundamentales y puntuales dentro de la organización como: innovación, adaptabilidad, detección, relacional y de aprendizaje siendo estas las capacidades dinámicas, los cuales reflejaban una influencia en actualización, flexibilidad, hallazgo, conexión y capacitación que son partes fundamentales del desempeño competitivo.

Dentro de la organización se identificó que las capacidades dinámicas se encontraban en un nivel medio, ya que se omite ciertos puntos de dichas capacidades como: adaptabilidad, relacional y aprendizaje. Por otro lado, se encontró en un nivel alto la innovación y detección brindando así un desempeño medio dentro de la organización, permitiendo un funcionamiento desfavorable.

Las capacidades dinámicas que favorecen a la ventaja competitiva son la innovación y detección ya que estas logran aportar nuevas ideas como la planificación de aspectos imprevistos y enfocándose en las necesidades de los clientes, por lo contrario, las que no fueron de ayuda como la demanda cambiante del mercado, falta de alianzas y estrategias de cambio, que dentro de las capacidades representa: relacional, adaptabilidad y aprendizaje.

Las capacidades dinámicas que administraban en el taller automotriz tales como: la innovación y la detección lograron una pequeña diferenciación, por ende, se enfocaban en mantener una buena actualización y control del entorno, siendo así una influencia en el mercado automotriz.

### **5.2 Recomendaciones**

Para obtener un factor vital de ventaja competitiva se deben considerar todas las capacidades dinámicas tales como innovación, adaptabilidad, detección, relacional y de aprendizaje, ya que mejoran su influencia en el mercado.

Se deben perfeccionar las capacidades de adaptabilidad, relacional y aprendizaje en los cuales se priorice las alianzas empresariales ya que podrán ampliar sus redes de contacto, capacitación de los colaboradores para sacar la máxima capacidad y brindar servicios nuevos y competitivos para el entorno.

Se deben desarrollar de manera más eficientemente las diferentes capacidades dinámicas que no fueron de ayuda tales como: relacional, adaptabilidad y aprendizaje, por el cual influirá positivamente en el desarrollo de las actividades, adoptando así una ventaja competitiva en el taller automotriz.

Es necesario mantener la innovación y detección para tener un claro desempeño empresarial, aplicando las diferentes estrategias del análisis FODA, por ende, ayudara aumentar la ventaja competitiva, a su vez la solución de los futuros problemas y se introduzca en el mercado automotriz, ya que se encuentra en constantes cambios debido a los avances tecnológicos.

Por último, se sugiere aplicar una política más restrictiva, que permita bajar el índice de ventas a crédito contribuyendo a tener mayor venta al contado, lo cual reflejará en una menor cartera vencida y de esta forma podrá disminuir el riesgo y aumentar las ganancias de la organización.

## Anexos

### Anexo 1

## La importancia de las capacidades dinámicas en el replanteamiento

<https://dx.doi.org/10.12795/rea.2022.i43.07>



Revista de Estudios Andaluces (REA) | Núm. 43, febrero (2022) | e-ISSN: 2340-2776  
<https://dx.doi.org/10.12795/rea.2022.i43> | © Editorial Universidad de Sevilla 2022  
<http://editorial.uces.es/revistas/revista-de-estudios-andaluces>  
<http://revistas.cerica.uces.es/index.php/REA>

REAA CC BY-NC-ND

u.eus  
Universidad de Sevilla

### La importancia de las capacidades dinámicas en el replanteamiento de una ventaja competitiva innovadora. Estudio de caso en empresas tecnológicas cordobesas

### The importance of dynamic capabilities in the reformulation of an innovative competitive advantage. Case study of Cordoba technology companies

**María Amaia Trillo-Holgado**  
[maru.trillo@uco.es](mailto:maru.trillo@uco.es) | 0000-0002-1626-8066

**Carolina León-Urban**  
[d22leu@uco.es](mailto:d22leu@uco.es) | 0000-0002-3862-6784

**Rocío López-Caballero**  
[d22lcar@uco.es](mailto:d22lcar@uco.es) | 0000-0003-2701-9951

Universidad de Córdoba (Área de Organización de Empresas), Edificio Gregor Mendel (C3), 3ª planta.  
Campus de Rabanales, Ctra. Madrid-Cádiz, Km. 369, 14071 Córdoba, España

INFO ARTÍCULO	RESUMEN
Recibido: 08/10/2021 Revisado: 05/01/2022 Aceptado: 13/01/2022	La capacidad de innovación de las empresas se relaciona con la reconfiguración o modificación de sus ventajas competitivas. Su mejor explicación atiende a la perspectiva de las capacidades dinámicas (habilidades organizativas para gestionar sus recursos en entornos cambiantes), campo que requiere de profundización práctica. Metodológicamente se construye un modelo a través del cual se identifican determinadas variables e indicadores para facilitar a los directivos explicar cómo aquellos recursos y capacidades que intervienen en mayor medida en el desarrollo de nuevos procesos, productos o servicios se relacionan la reconfiguración de la ventaja competitiva de la empresa. Para corroborar la utilidad del modelo se lleva a cabo un estudio de caso ejemplar dentro del sector tecnológico basado en una empresa pública y otra privada. Como conclusiones y resultados, se puede afirmar que se apoya la literatura reciente verificando cómo las actividades específicas de innovación respaldan las capacidades dinámicas a partir de las que se determina la ventaja competitiva sostenible de la empresa. La cultura y el comportamiento colaborativo juegan un papel fundamental que, junto a la tecnología resulta especialmente evidente en el caso del sector privado en comparación con el público.
<b>PALABRAS CLAVE</b> Ventaja competitiva Capacidades dinámicas Innovación Estudio de caso	<b>KEYWORDS</b> ABSTRACT

La contribución principal de este trabajo se relaciona con el aporte de una herramienta estratégica relacionada con la gestión de las capacidades dinámicas que forman parte del proceso de desarrollo de una ventaja competitiva innovadora en la empresa. Ambos constructos se retroalimentan y permiten la evolución de la entidad. Además, se ponen de manifiesto diferentes maneras de actuar en la práctica, tanto del sector público como privado.

### Anexo 2

## La Innovación y la Ventaja Competitiva en Empresas Manufactureras

<https://doi.org/10.18601/01233734.n33.05>



Externado  
de Colombia

SOTAVENTO  
sota

Inicio revista Actual Archivos Acerca de

Buscar

Inicio / Archivos / Núm. 33(2022) Enero-Junio / Artículos

### La Innovación y la Ventaja Competitiva en Empresas Manufactureras

Innovation and Competitive Advantage in Manufacturing Companies

Liliana Raquel Mendoza Ramos

Resumen

El presente trabajo es parte de la propuesta de investigación doctoral titulada "Innovación de procesos productivos como generador de ventaja competitiva en empresas medianas manufactureras exportadoras: caso Caribe colombiano". En este apartado se propone la revisión de literatura existente alrededor de estas dos variables en los niveles nacional e internacional. La propuesta se configura a partir de las necesidades de superación de brechas de desarrollo económico y social en la costa Caribe colombiana, en busca de apostar por la innovación de procesos como una alternativa viable para la consolidación de las empresas medianas dedicadas a la manufactura y cuyos productos son principalmente dirigidos hacia el mercado externo. Se abordan los problemas complejos que atraviesa el sector, centrados en la disminución de la demanda tanto interna como externa, costos elevados de transacción y transporte, y dificultades a la hora de cumplir con los requisitos de exportación.

Cómo citar  
Mendoza Ramos, L.R., 2022. La Innovación y la Ventaja Competitiva en Empresas Manufactureras - Sotavento. M&A, 33 (Ene. 2022), 44-55. DOI:<https://doi.org/10.18601/01233734.n33.05>.

Palabras clave  
Innovación  
Ventaja competitiva  
Empresas medianas  
Exportación  
Caribe colombiano

Código QR



actividad fueron realizados por Seuziavienle y Vveinhardt (2010). El conocimiento es el conjunto de las habilidades, las competencias, la experiencia y el capital intelectual. Las empresas utilizan el conocimiento en su operación productiva, pero además lo mejoran, y ello se evidencia en los productos que ofrecen, también cuando crean y adquieren ventajas estratégicas en comparación con su competencia. Wen-Chen et al. (2011) aportan que

### Anexo 3

Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica

<http://scielo.sld.cu/pdf/edu/v12n3/2077-2874-edu-12-03-241.pdf>



EDUMECENTRO 2020;12(3):241-260  
ISSN 2077-2874  
RNPS 2234

Santa Clara jul.-sep.

ARTÍCULO DE REVISIÓN

#### **Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica**

Research object and field of action: components of the scientific research design

Julio Leyva Haza<sup>1\*</sup> <https://orcid.org/0000-0002-6616-7095>  
Yusimí Guerra Véliz<sup>1</sup> <https://orcid.org/0000-0002-1711-5686>

El objeto y campo de acción pueden parecer evidentes pues es lo que se estudia, aquello sobre lo que recae la acción del investigador, lo que se transforma. Hasta puede pensarse que son los componentes más sencillos del diseño de la investigación; sin embargo: "... uno de los aspectos más difíciles de tratar en una clase de Metodología de la Investigación Social es la construcción del objeto. La mayoría de los textos y profesores de la materia, rara vez logran definir claramente lo que es un objeto de estudio".<sup>(5)</sup> Por ello es:<sup>(6)</sup> "... urgente y necesario saber usar el lenguaje como instrumento de comprensión y de interrelación que vehicule lo lingüístico y el objeto del conocimiento".

## Anexo 4

Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción).

<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>

**recimundo**   
Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento

DOI: 10.26820/recimundo/4.(3) julio.2020.163-173  
URL: <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>  
EDITORIAL: Saberes del Conocimiento  
REVISTA: RECIMUNDO  
ISSN: 2588-073X  
TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de Revisión  
CÓDIGO UNESCO: 5802 Organización y Planificación de la Educación  
PAGINAS: 163-173



**Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)**  
Educational research methodologies (descriptive, experimental, participatory, and action research)  
Metodologías de pesquisa educacional (descritiva, experimental, participativa e de ação)

Gladys Patricia Guevara Alban<sup>1</sup>; Alexis Eduardo Verdesoto Arguello<sup>2</sup>; Nelly Esther Castro Molina<sup>2</sup>

RECIBIDO: 10/04/2020 ACEPTADO: 26/05/2020 PUBLICADO: 01/07/2020

1. Magister en Informática Educativa y Multimedia mención Desarrollo de Multimedia, Diploma Superior en Investigación

Cada uno de estos paradigmas asume una visión ontológica, epistemológica, metodológica y ética que orienta al investigador sobre cómo va a encaminar su objeto de estudio, la realidad; cómo se relaciona con el conocimiento, las formas de conocer esa

## Anexo 5

Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica

<https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n6/0718-0764-infotec-31-06-159.pdf>

### Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica

José R. García-González<sup>1\*</sup> y Paola A. Sánchez-Sánchez<sup>2</sup>  
(1) Facultad de Ingenierías, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia. ORCID: 0000-0002-3365-6095 (correo-e: [garcia122@unisimonbolivar.edu.co](mailto:garcia122@unisimonbolivar.edu.co))  
(2) Facultad de Ingenierías, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia. ORCID: 0000-0002-3320-016X (correo-e: [psanchez9@unisimonbolivar.edu.co](mailto:psanchez9@unisimonbolivar.edu.co))

Recibido Jun. 23, 2020; Aceptado Ago. 21, 2020; Versión final Sep. 8, 2020; Publicado Dic. 2020

#### Resumen

##### Campo de acción

Es ese elemento parte del objeto de estudio que se debe abstraer del mismo para poder ser analizado y es donde se concentran los esfuerzos para tratar de aportar una solución a la problemática. Es esa la parte del objeto que el investigador transforma en el proceso de investigación científica.

## Anexo 6

### El problema de investigación

<http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n64/1990-8644-rc-14-64-22.pdf>

Fecha de presentación: noviembre, 2017, Fecha de Aceptación: febrero, 2018, Fecha de publicación: julio, 2018

**03** **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**  
**THE RESEARCH PROBLEM**

Dr. C. Eudaldo Enrique Espinoza Freire<sup>1</sup>  
E-mail: eespinoza@utmachala.edu.ec  
<sup>1</sup>Universidad Técnica de Machala, República del Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)  
Espinoza Freire, E. E. (2018). El problema de investigación. *Revista Conrado*, 14(64), 22-32. Recuperado de <http://conrado.ucl.edu.cu/index.php/conrado>

**RESUMEN**  
El trabajo tiene como objetivo el de contribuir a la preparación de los docentes, de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Técnica de Machala, en los aspectos fundamentales a tener en cuenta en la selección y planteamiento del problema en una investigación, que facilite con ello el aprendizaje de esta actividad. Para su ejecución se realizó una indagación sobre lo publicado, acerca de este tema, en revistas de publicaciones científicas, informes de investigación, tesis de grado, entre otros documentos de carácter científico. Se emplearon los métodos de análisis y síntesis, que sirvieron para resumir la información obtenida. Como resultado se presenta un documento con los contenidos actualizados de

**ABSTRACT**  
The objective of the work is to contribute to the preparation of teachers, of the Faculty of Social Sciences, Technical University of Machala, in the fundamental aspects to be taken into account in the selection and approach of the problem in an investigation that facilitates with it learning this activity. For its execution, an investigation was carried out on what was published, about this topic, in journals of scientific publications, research reports, degree thesis, among other documents of a scientific nature. The methods of analysis and synthesis were used, which served to summarize the information obtained. As a result, a document with the updated contents of the subject studied is presented, with a didactic approach that

persona analiza diversas cuestiones, realiza experimentos y busca pruebas.

Continúa su explicación analizando lo siguiente:

- Es importante destacar que la noción de problemas de investigación no suele referirse a un inconveniente que surge en la **labor** investigativa, sino que está vinculada al fenómeno específico que se pretende investigar.
- Un problema de investigación, por lo tanto, es aquello que se desea explicar a partir de la tarea del investigador. Su acepción como **problema** se vincula a que, por lo general, la finalidad de una investigación es brindar una solución: lo que se investiga, de este modo, supone un problema a resolver.
- Se trata, en otras palabras, del porqué de la investigación, que aparece tras el diagnóstico que el investigador realiza acerca de un fenómeno, un proceso o un hecho que no puede explicar o que desconoce sus causas y/o efectos.
- Fundamental y necesario es que los responsables de un estudio o proyecto lleven a cabo la determinación del problema de investigación. Y es que de este dependerá lo que es la calidad de las respuestas obtenidas, es decir, del resultado en cuestión. De ahí que el mismo tenga que determinarse basándose en criterios tales como la observación, la deducción, las hipótesis, la inducción o incluso las predicciones.

Y explica que, además de todo lo expuesto, no se puede pasar por alto otros aspectos relevantes y fundamentales respecto a los ya mencionados problemas de investigación:

## Anexo 7

### El problema de la definición del Problema de Investigación



## El problema de la definición del Problema de Investigación

The problem of defining the Research Problem

Agustín A. Torres-Rodríguez <sup>a</sup>, Jesús I. Monroy-Muñoz <sup>b</sup>

---

### Abstract:

At the beginning of the research process in any scientific discipline, the definition of the research problem is proposed, that is, the object of study. It is an extremely important step for the process. In the case of the area of education sciences, where the object of study focuses primarily on people, that is, it becomes a subject of study, and can be students, teachers, managers, and in general all those subjects that interact within an educational space, it is difficult to define and delimit the research problem, due to the overlapping relationships between the different components or dimensions in which the problem can be decomposed. In this contribution, a set of strategies that can be useful at this stage of the research process is outlined, especially for new researchers in the field of educational research.

### Keywords:

Research problem, object of study, research.

---

### Resumen:

Al comienzo del proceso de investigación en cualquier disciplina científica, se plantea la definición del problema de investigación, esto es, del objeto de estudio. Es un paso sumamente importante para el proceso. En el caso del área de las ciencias de la educación, donde el objeto de estudio se centra fundamentalmente en las personas, es decir, se torna en sujeto de estudio, y puede tratarse de estudiantes, docentes, directivos, y en general todos aquellos sujetos que interaccionan dentro de un espacio educativo, resulta difícil definir y delimitar el problema de investigación debido a las imbricadas relaciones entre los distintos componentes o

La elección del objeto de estudio y el planteamiento del problema de investigación, se convierte en una de las etapas primordiales en el inicio de toda investigación científica, y conlleva una búsqueda exhaustiva de información para construir una descripción profunda del objeto de estudio. Una descripción profunda permitiría identificar todas aquellas problemáticas y factores implicados, así como las interrelaciones entre ellos, de modo que puedan a su vez identificarse los "vacíos" o "ausencias" en el estado del "problema" (Tecla, 2006). Este último autor la considera una categoría imprescindible del problema de estudio y le denomina "déficit del saber" y que resulta un elemento clave en el planteamiento correcto del problema.

De forma que el planteamiento del problema debe dar como resultado una transición desde un estadio donde predominan las abstracciones, concepciones e ideas iniciales, hasta un estadio caracterizado por un conocimiento profundo sobre las interrelaciones entre los diversos factores que inciden en el fenómeno a estudiar. Por lo tanto el problema es un enlace entre los referentes teóricos, y los elementos concretos del objeto de estudio.

## Anexo 8

Consideraciones en relación con el problema de la investigación

<https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2018/aci181h.pdf>

**Consideraciones en relación con el problema de la investigación**

**Considerations in relation to the research problem**

2 de enero de 2018.

Dra. C. Nancy Sánchez-Tarragó

Editora Ejecutiva  
Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud.

Estimada editora:

\*\* La respuesta al problema de investigación no solucionará el problema práctico; sin embargo, a partir de posibles resultados se pueden sugerir acciones para promover la participación activa en la investigación y publicación de los profesionales de la información del sector salud.

## Anexo 9

Propuesta metodológica para el diseño del proyecto de curso virtual: aplicación piloto

<http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/991/823>



a) Subfase 3. Justificar la importancia del proyecto  
La **justificación** es una de las primeras tareas de todo el proyecto y es clave para su posterior diseño. De ella depende que la institución lo encuentre razonable. Por eso, la justificación debe mostrar la necesidad e importancia del proyecto que se propone para solucionar el problema identificado

## Anexo 10

Tipos de justificación en la investigación científica

<https://www.espirituempredort.es.com/index.php/revista/article/view/207/275>



**Espiritu Emprendedor TES** 2020, Vol4, No. 3 julio a septiembre 65-76  
Artículo Revisión Bibliográfica  
Indexada Latindex Catálogo 2.0  
ISSN 2602-8093

DOI: <https://doi.org/10.33970/estes.v4.n3.2020.207>

### **Tipos de justificación en la investigación científica**

**Víctor Hugo Fernández-Bedoya**

Universidad César Vallejo, Perú

<http://orcid.org/0000-0002-2464-6477>

Autor para la correspondencia: [victorhugofernandezbedoya@gmail.com](mailto:victorhugofernandezbedoya@gmail.com)

**Fecha de recepción: 3 de junio de 2020**

**Fecha de aceptación: 17 de julio de 2020**

#### **Resumen**

El propósito de esta investigación fue identificar los diferentes tipos de justificación presentes en la redacción científica, utilizando como fuentes de información la disponible en textos académicos especializados de corte universitario. El estudio propuso como pregunta de

existentes, mientras que los 13 textos restantes no ofrecen un consenso general, pues cada uno provee diferentes apreciaciones sobre los tipos de justificación en la investigación. Se logró identificar los siguientes tipos de justificación en la investigación científica: teórica, práctica, metodológica, social, por conveniencia, económica y técnica; por último, este manuscrito propone la inclusión de un nuevo tipo de justificación: la doctrinaria.

## Anexo 11

El liderazgo como componente de las capacidades dinámicas de las organizaciones

## EL LIDERAZGO COMO COMPONENTE DE LAS CAPACIDADES DINÁMICAS DE LAS ORGANIZACIONES

**Mónica Patricia Rueda Sánchez**

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado

**Luis Eduardo Sigala Paparella**

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado

**Gerardo José Zapata Rotundo**

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado

**Wilmer José Armas Calderón**

Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas de Venezuela

PDF

Publicado

2022-10-31

Número

[Núm. 52 \(2022\): Revista Pensamiento & Gestión](#)

Sección

Artículos

### Resumen

Las capacidades dinámicas permiten comprender el rol clave de la

empresa coordina, combina y transforma un esfuerzo individual en colectivo, lo que le permite generar capacidades dinámicas que contribuyen a mejorar los procesos de innovación, transformación del conocimiento y generación del conocimiento organizacional.

## Anexo 12

Estrategias de microempresas dedicadas a la elaboración de queso artesanal en el trópico de México

[https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/5038/4517](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/5038/4517)



Cabe señalar que en un sector tan cuestionado en su modo de producir y en un momento de severos cambios a nivel mundial, es necesario ampliar el estudio para un análisis más completo de su contexto y entender cómo transformar los recursos y capacidades disponibles para permanecer a futuro, sin comprometer la ventaja comercial que en la actualidad poseen. En este sentido, se sugiere que estudios posteriores amplíen la evaluación de los factores determinantes de la sostenibilidad a largo plazo, considerando las nuevas condiciones a las que se enfrenta el sector agropecuario y la sociedad en general.

## Anexo 13

### Capacidades dinámicas: aportes y tendencias

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7922015>



[Buscar](#) | [Revistas](#) | [Tesis](#) | [Congresos](#)

#### Capacidades dinámicas

aportes y tendencias

**Autores:** Wilson Cadrazco-Parra, Álvaro Zapata Domínguez, Jahir Lombana-Coy

**Localización:** Revista Lasallista de investigación, ISSN 1794-4449, Vol. 17, Nº. 1, 2020, págs. 325-337

**Idioma:** español

**Títulos paralelos:**

Capacidades dinâmicas: contribuições e tendências  
Dynamic capabilities: contributions and trends

[Texto completo \(pdf\)](#)

Las capacidades dinámicas se presentan como un enfoque que busca responder a la evolución de la gerencia estratégica, particularmente en aquellos ambientes de alta volatilidad e incertidumbre. Este documento hace una visita al enfoque teórico de capacidades dinámicas, describiendo sus usos en productos, procesos y áreas funcionales de las organizaciones. Asimismo, se establecen las tendencias en cuanto al carácter explicativo del enfoque, mostrando la utilidad que este representa para estudiar diferentes sectores industriales, al igual que se utiliza para estudiar procesos organizacionales internos, dada su orientación a valorar los recursos y capacidades de la organización.

## Anexo 14

### Revisión teórica de las capacidades dinámicas empresariales

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64664303010>



2007). Por el contrario, las capacidades dinámicas están pensadas para dirigir la organización hacia el cambio estratégico. Como consecuencia de este pensamiento, las capacidades de una empresa se desarrollan para mejorar las oportunidades y, si es el caso, crear, modificar y cambiar los procesos que se requieran.

## Anexo 15

### El objetivo de la investigación

<https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/290/319>

ISSN: 2631-2662

Fecha de presentación: enero, 2020    Fecha de aceptación: marzo, 2020    Fecha de publicación: mayo, 2020

### EL OBJETIVO EN LA INVESTIGACIÓN

#### THE OBJECTIVE OF THE INVESTIGATION

Eudaldo Enrique Espinoza Freire<sup>1</sup>  
E-mail: [eespinoza@utmachala.edu.ec](mailto:eespinoza@utmachala.edu.ec)  
ORCID: <https://orcid.org/1000-0002-0537-4760>  
<sup>1</sup> Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)  
Espinoza Freire, E. E. (2020). El objetivo en la investigación. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(2), 206-215.

**RESUMEN**  
El objetivo de este trabajo está dirigido a contribuir a la actualización de los conocimientos, de los docentes, sobre cómo plantear el objetivo de una investigación. Para su ejecución se revisó una bibliografía actualizada, entre ellas, revistas con publicaciones sobre el tema en cuestión, tesis de grado y resultados de investigaciones. En el procesamiento de la información se emplearon los métodos de análisis y síntesis. El documento que se presenta contiene una información actualizada sobre el algoritmo a seguir para definir el objetivo en una investigación. Es criterio general de los autores la necesidad de considerar las relaciones: problema – objeto – objetivo e hipótesis – métodos de investigación, como relaciones dialécticas para el desarrollo del proceso de investigación.

**Palabras clave:**  
Investigación, problema, objeto, objetivo.

**ABSTRACT**  
The objective of this work is aimed at contributing to the updating of knowledge, of teachers, on how to set the objective of an investigation. For its execution, an updated bibliography was reviewed, among them, journals with publications on the subject in question, degree thesis and research results. In the processing of the information, the methods of analysis and synthesis were used. The document presented contains updated information on the algorithm to follow to define the objective in an investigation. The general criterion of the authors is the need to consider the relationships problem - object - objective and hypothesis - research methods, such as dialectical relations for the development of the research process.

**Keywords:**  
Research, issue, object, objective.

Explica además que, en cualquier caso, los objetivos deben estar claramente redactados como párrafos independientes y en el lenguaje más natural posible. Se redactan en infinitivo utilizando verbos tales como identificar, plantear, describir, analizar, demostrar, redactar, valorar, sistematizar y que un objetivo bien redactado es un párrafo único que debe ser capaz de responder a preguntas tales como:

## Anexo 16

### Objetivos de la investigación científica

[http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/raci/v10/v10\\_a03.pdf](http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/raci/v10/v10_a03.pdf)

Revista de Actualización Clínica Volumen 10   2011	
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA</b> Univ. Quisbert Vargas Misael <sup>1</sup> Univ. Ramirez Flores Dennis <sup>2</sup> <b>RESUMEN</b> El objetivo de la investigación científica es aquello a lo que se le aplica el pensamiento, es lo que se desea obtener y para su redacción deben tomarse en cuenta secuencias ordenadas. El objetivo, está constituido por ideas que van a plantear un conjunto de problemas, las ideas constituyen el primer acercamiento a la realidad que habrá que investigarse. Los objetivos pueden ser generales, intermedios y finales, éstos se enuncian con verbos de acción, deben ser claros, concretos, evaluables, los verbos a utilizar deben seleccionarse con minuciosidad, ya que expresan el compromiso del estudio, es importante establecer si solo se obtendrá información o se someterá a prueba una hipótesis, también debemos saber si el problema es nuevo, de repetición o	se intentan dar una respuesta. La aplicación de los objetivos es fundamental en todo el proceso de la investigación, dado que los objetivos constituyen la base principal y racional del objeto de estudio, los objetivos pueden plantearse como preguntas de investigación; de modo que al realizar el proyecto y cumplir los objetivos se responderá a las preguntas formuladas. Los objetivos y estas preguntas son los elementos que apoyan a la hipótesis de la investigación científica, la cual realiza la búsqueda de conocimientos o de soluciones a los problemas de carácter científico. Por lo tanto, los objetivos en la investigación científica, ayudan a mejorar el estudio por que permite establecer contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor, constituyendo el estímulo para la actividad intelectual creadora y favoreciendo a desarrollar una curiosidad creciente acerca de la solución de problemas. <b>CARACTERISTICAS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA</b> Una investigación científica debe obedecer las siguientes características.

**El objetivo de la investigación científica es el enunciado claro y preciso a las metas que seguimos, es lo palpable, lo medible, lo verificable, algo que podemos vincular con la lógica de las acciones y el significado.**

**Los objetivos tienen que ser revisados en cada etapa de la investigación, no debemos confundir a los objetivos con los resultados, ya que un resultado es un dato, a diferencia**

## Anexo 17

### La articulación entre teoría, objetivos y metodología en la investigación social

<file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet->

<LaArticulacionEntreTeoriaObjetivosYMetodologiaEnLa-5802929.pdf>

Dom. Cien., ISSN: 2477-8818  
Vol. 2, núm. esp., dic., 2016, pp. 163-174



Ciencias de la educación

#### La articulación entre teoría, objetivos y metodología en la investigación social

*The articulation between theory, objectives and methodology in social research*

*A articulação entre teoria, objetivos e metodologia na pesquisa social*

Abg. José E. Zambrano-Mendieta, Abg. Kelvin I. Dueñas-Zambrano  
tigana1411269@hotmail.com, kelvin\_ivan@hotmail.es

Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Chone, Ecuador

Recibido: 31 de agosto de 2016

Aceptado: 21 de noviembre de 2016

### **Objetivos**

El objetivo de investigación emerge como una necesidad científica ante los vacíos epistémicos, y expresa en el orden epistemológico y metodológico los resultados investigativos dirigidos a cubrir los espacios de esa deficiencia revelada.

Puede afirmarse que constituyen una construcción del investigador para abordar un tema o problema de la realidad a partir del marco teórico seleccionado.

### **Anexo 18**

El objetivo en el contexto de la dirección estratégica, el proceso docente y la investigación científica

<https://www.redalyc.org/pdf/214/21420864014.pdf>



Revista Cubana de Salud Pública  
ISSN: 0864-3466  
ecimed@informed.sld.cu  
Sociedad Cubana de Administración de Salud  
Cuba

Otero Iglesias, Jacinta; Barrios Osuna, Irene; Prieto Márquez, Gerardo Ángel  
El objetivo en el contexto de la dirección estratégica, el proceso docente y la investigación científica  
Revista Cubana de Salud Pública, vol. 32, núm. 3, Julio-septiembre, 2006  
Sociedad Cubana de Administración de Salud  
La Habana, Cuba

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21420864014>

Los objetivos generales nacen directamente del problema a investigar y la parte de este que se pretende solucionar, constituyen los propósitos de mayor alcance que guían el estudio, su carácter general se expresa en el hecho de que podrían concebirse distintos caminos para seguirlos o sea un mismo objetivo general puede ser abordado de distintas maneras.

### **Anexo 19**

El objetivo en el contexto de la dirección estratégica, el proceso docente y la investigación científica

<https://www.redalyc.org/pdf/214/21420864014.pdf>

Los objetivos específicos por su parte, sintetizan, precisamente, la forma en que se alcanzan los objetivos generales y se dice que constituyen las guías para la acción pues permiten delimitar los métodos que se emplearan para conseguirlos. No siempre es imprescindible formular objetivos generales y específicos, algunas veces pueden expresarse con tanta claridad y simplicidad que no corresponde encontrar objetivos específicos para señalar como conseguirlos.

## Anexo 20

### Revisión de la medición de las Capacidades Dinámicas: una propuesta de indicadores para la industria del automóvil

<https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/283>

#### Revisión de la medición de las Capacidades Dinámicas: una propuesta de indicadores para la industria del automóvil

Pablo Martínez de Miguel  
Universidad Rey Juan Carlos  
p.martinez@alumnos.urjc.es  
<https://orcid.org/0000-0003-0248-9607>

Antón García Martínez  
Universidad Córdoba  
paigamaa@uco.es  
<https://orcid.org/0000-0003-1977-7752>

José-Luis Montes-Botella  
Departamento de Economía Aplicada I  
Universidad Rey Juan Carlos  
jose.luis.montes@urjc.es  
<https://orcid.org/0000-0001-9024-6167>

Recibido: 10-10-2021; Aceptado: 09-12-2021; Publicado: 31-03-2022

La transformación digital se ha convertido en una fuente de innovación y competencia, ya que aporta cada vez más valor gracias a la información que obtiene de los clientes, luego estos datos se transforman en conocimiento para tomar decisiones de negocio y atender los problemas de los clientes.

Hay que tener en cuenta que la industria de la automoción se ve continuamente impactada con la introducción de nuevas tecnologías, lo que hace necesario que las organizaciones se adapten al rápido ritmo de crecimiento. En consecuencia, es necesario tener en cuenta las capacidades dinámicas que tienen estas empresas, que además superan las competencias básicas, para estar en continua observación de los cambios del entorno y así asegurar la permanencia de la industria en el mercado.

Las empresas que entienden la importancia de la transformación digital muestran estilos de trabajo más modernos, consideran las preferencias de los usuarios y la información que pueden obtener del contexto. El tratamiento adecuado de esta información es la clave de la ventaja competitiva, por lo que los empleados deben

## Anexo 21

Capacidades Dinámicas de Gestión de los gerentes de las pymesen la adopción del comercio electrónico nacional y transfronterizo

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8987748>



Nº 27, Vol. 13 (3), 2021. ISSN 2007 – 0705, pp.: 1 – 32  
doi.org/10.21640/ns.v13i27.2770

**Capacidades Dinámicas de Gestión de los gerentes de las pymes en la adopción del comercio electrónico nacional y transfronterizo**  
**Dynamic Managerial Capabilities of SME managers in the adoption of national and cross-border electronic commerce**

Luis Armando González-Arellano <sup>1</sup> 0000-0002-6516-8969  
Elizabeth Acosta-Gonzaga <sup>1</sup> 0000-0001-5413-1063

<sup>1</sup> Instituto Politécnico Nacional lgonzaleza1905@alumno.ipn.mx  
© Universidad De La Salle Bajío (México)

**Palabras clave:** marketplace; comercio electrónico; comercio electrónico transfronterizo; capacidades dinámicas de gestión; pymes; capacidades organizacionales; exportación; estrategia digital; tecnologías de información y comunicación; transformación digital  
**Keywords:** marketplace; e-commerce; cross border e-commerce; dynamic managerial capabilities; SME; organizational capabilities; export; digital strategy; Information and Communication Technologies; digital transformation

Recepción: 26 – 11 – 2020 / Aceptación: 03 – 05 – 2020

En esta investigación, la transformación digital se considera como el elemento central para la adopción del *e-commerce* nacional y transfronterizo. Además, se plantea que las capacidades de los gerentes tienen un papel fundamental en la transformación de las pymes, es por ello que se emplea la teoría de las capacidades dinámicas de gestión para el diseño de las entrevistas y para el análisis de la información.

## Anexo 22

Modelo metodológico para el fortalecimiento de capacidades dinámicas de innovación en mipymes

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/2286/1898>

## Modelo metodológico para el fortalecimiento de capacidades dinámicas de innovación en mipymes<sup>1</sup>

DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160n86.2019.2286>

María Eugenia Morales-Rubian<sup>2</sup>  
Universidad Militar Nueva Granada  
maria.morales@unimilitar.edu.co  
Yenni Viviana Duque-Orozco<sup>3</sup>  
Universidad Militar Nueva Granada  
Yenni.duque@unimilitar.edu.co  
Carolina Ortiz-Riag<sup>4</sup>  
Universidad Militar Nueva Granada  
maria.ortiz@unimilitar.edu.co

Fecha de recepción: 16 de febrero de 2018  
Fecha de aprobación: 09 de agosto de 2018



Cómo citar este artículo / To reference this article / Comment citer cet article / Para citar este artigo:

A partir de la revisión de literatura se pudo identificar que las capacidades organizacionales se pueden clasificar en tres niveles: en el primero, están las capacidades estructurales, relacionadas con las operaciones diarias de la organización; en el segundo, se identifican las capacidades dinámicas en las que uno de los enfoques más conocidos es el de innovación, que a la vez plantea tres capacidades —exploración, explotación y mantenimiento— que permiten a la organización la adaptación al entorno cambiante y que modifican las capacidades estructurales. En el tercero, están las capacidades que forman parte del núcleo de la organización y se convierten en su diferenciador frente a la competencia; algunos autores las incluyen dentro de las capacidades dinámicas, mientras que otros las separan, por ejemplo, la capacidad de aprendizaje se puede considerar como una capacidad de segundo o tercer nivel.

### Anexo 23

Capacidades internas de las organizaciones que determinan su capacidad de absorción potencial y realizada

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/148719/Ponce%20-%20Capacidades%20internas%20de%20las%20organizaciones%20que%20determinan%20su%20capacidad%20de%20absorci%C3%B3n%20poten....pdf?sequence=4>

Capacidades internas de las organizaciones  
que determinan su capacidad de absorción  
potencial y realizada

Autora: D<sup>a</sup> Glenda Edith Ponce Espinosa  
Directores: Dra. D<sup>a</sup> María del Val Segarra-Oña  
Dr. D. Ángel Peiró-Signes

Valencia, Mayo de 2020

sistemas de información para mantener un equilibrio adecuado entre la PACAP y la RACAP.

Consideran que la ACAP de una organización requiere que las personas aprendan nuevas formas de actuar y absorban conocimientos nuevos, esta adaptación puede significar conflicto por las diferencias en creencias, hábitos y cuestiones aprendidas por los colaboradores y que deben ser modificadas, por lo que sugieren que un contexto interno que fomente la sustitución del conocimiento antiguo es esencial, denominan a este contexto desaprendizaje. En este sentido, para los autores, el desaprendizaje se convierte en un elemento de la adquisición de conocimiento.

Proponen además, que la capacidad de los sistemas de información, entendida como una forma de clasificar y proporcionar acceso a lo que ha sido aprendido y aplicado exitosamente, actúa como paso intermedio entre la PACAP y RACAP. Realizan esta distinción, debido a que proponen que la PACAP requiere cambio, flexibilidad y creatividad y la RACAP requiere orden, control y estabilidad.

La relación con la innovación la plantean como un resultado de la RACAP, que facilita el desarrollo de la capacidad de innovación de una empresa a través de la aplicación de conocimiento adquirido de fuentes internas y externas, la innovación organizativa es el resultado del despliegue de la ACAP (Cepeda-Carrion, Cegarra-Navarro y Jimenez-Jimenez 2012).

- Otro estudio que considera los efectos de la ACAP en la innovación es el desarrollado por Liu y col. (2012), que reconocen a la ACAP como un constructo multi-dimensional integrado por las capacidades de adqui-

## Anexo 24

Condiciones de la gestión del talento humano que favorecen el desarrollo de capacidades dinámicas

<https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n2/0718-0764-infotec-31-02-55.pdf>

### Condiciones de la gestión del talento humano que favorecen el desarrollo de capacidades dinámicas

Karelis del C. Barrios-Hernández\*, Enohemit Olivero-Vega y Brenda Figueroa-Saumet  
Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla-Colombia.  
(correo-e: kbarrios22@unisimonbolivar.edu.co; eolivero@unisimonbolivar.edu.co; brenda.figueroa@unisimon.edu.co)

\* Autor a quien debe ser dirigida la correspondencia

Recibido Ago. 2, 2019; Aceptado Sep. 26, 2019; Versión final Dic. 17, 2019; Publicado Abr. 2020

Resumen

De acuerdo a la revisión de la literatura y a los hallazgos encontrados, se concluye que para el desarrollo de capacidades dinámicas se requiere de la gestión del talento humano para responder a las condiciones del entorno. De tal manera que se aprovechen y reconozcan las oportunidades del medio, a partir del establecimiento relaciones efectivas con actores externos. En este sentido, la habilidad y motivación de los empleados juega un papel preponderante para el desarrollo de capacidades dinámicas, ya que estas requieren en gran medida de la conformación de equipos de trabajo y de un estilo de dirección transformacional. Por tanto, este proceso involucra la colaboración entre las personas y el medio, facilitando la capacidad de relacionamiento. En este sentido, la investigación confirmó las condiciones facilitadoras de la gestión del talento humano que favorecen su generación son el espacio de interacción de conocimiento entre los colaboradores y un estilo de liderazgo que promueva la transformación y el cambio.

## Anexo 25

Capacidad y madurez en prospectiva para organizaciones intensivas en conocimiento

<https://www.scielo.br/j/rae/a/Cy8szZSszTNRp67RbY7FzcTf/?lang=es>

### ARTÍCULOS

Sometido 01-07-2021. Aprobado 18-11-2021  
Evaluado por el sistema *double blind review*. Editor: Asociado: Pablo Ista  
Versión original | DOI: <http://dx.doi.org/10.15503/50034-7590/02020411>

#### CAPACIDAD Y MADUREZ EN PROSPECTIVA PARA ORGANIZACIONES INTENSIVAS EN CONOCIMIENTO

*Foresight capability and maturity for knowledge-intensive organizations*

*Capacidade e maturidade em prospectiva para Organizações Intensivas em Conhecimento*

Javier Enrique Medina Vásquez<sup>1</sup> | javier.medina@correounivalle.edu.co | ORCID: 0000-0002-2791-7324  
Leonardo Solarte Pazos<sup>1</sup> | leonardo.solarte@correounivalle.edu.co | ORCID: 0000-0002-3370-1888  
Luis Felipe Sánchez Arias<sup>1</sup> | luis.f.sanchez@correounivalle.edu.co | ORCID: 0000-0003-4725-8378

<sup>1</sup>Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración, Cali, Colombia



La constante observancia de este tipo especial de organizaciones ha sido determinante para proponer esta perspectiva de madurez, cuya novedad radica justamente en el enfoque en las OIC y sus necesidades particulares en la gestión del conocimiento. Las cinco dimensiones propuestas son consideradas como esenciales para iniciar un proceso de construcción de capacidades organizacionales en prospectiva. La relevancia de dicho aporte consiste en que, mediante el establecimiento de una hoja de ruta que permite planificar las acciones de mejoramiento y el nivel de capacidad deseado, especifica las nuevas capacidades y prácticas que, progresivamente, deben ser mantenidas para que el desempeño institucional en prospectiva no decrezca. Esta constituye así una solución pertinente ante las persistentes discontinuidades de las OIC de la región, que si bien construyen capacidades, permiten luego su destrucción, reproduciendo en buena parte los problemas de planeación de largo plazo.

## Anexo 26

La gestión del conocimiento, pasado, presente y futuro. Una revisión de la literatura

<https://doi.org/10.36791/tcg.v0i18.128>

TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 6, Núm. 18 (septiembre - diciembre del 2021).  
Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.  
ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.

**La gestión del conocimiento, pasado, presente y futuro. Una revisión de la literatura**

*The management of knowledge, past, present and future. A literature reviews*

Laura Margarita Villasana Arreguín<sup>1</sup>; Patricia Hernández García<sup>2</sup>; Élfego Ramírez Flores<sup>3</sup>

**Recibido:** 16 de febrero de 2021.  
**Aceptado:** 6 de mayo de 2021.

En la revisión de la literatura, se muestra que la gestión del conocimiento ha hecho un gran aporte a la creación de ventajas competitivas en las organizaciones basadas en el conocimiento. La creación, intercambio, combinación y aplicación de información no solo se relaciona con la enseñanza y el aprendizaje, sino que también se gestiona la organización, a través de sistemas de gestión Operar mejor y responder a las necesidades internas y externas, mejorando así la eficiencia de los procesos y servicios.

La importancia de la gestión del conocimiento destaca que la globalización es un desafío para probar el conocimiento organizacional. El uso de herramientas técnicas es fundamental para el funcionamiento normal de una organización, pero el desafío principal sigue siendo cómo transformar los talentos en el patrimonio de conocimiento de la organización. Con el fin de optimizar el proceso de toma de decisiones, operación, ejecución de la estrategia y realización de objetivos, de

## Anexo 27

La gestión del conocimiento: Una alternativa para la solución de Problemas educacionales

<http://dx.doi.org/10.15359/ree.23-2.1>



### La gestión del conocimiento: Una alternativa para la solución de problemas educacionales

Knowledge Management: An Alternative to Solve Educational Problems

Gestão do conhecimento: uma alternativa para a solução de problemas educacionais



Ana María Correa-Díaz  
Universidad Autónoma Latinoamericana  
Facultad de Derecho  
Medellín, Colombia  
[anymac@uis.edu.co](mailto:anymac@uis.edu.co)  
<http://orcid.org/0000-0001-6532-4557>

Martha Benjumea-Ariza  
Instituto Tecnológico Metropolitano  
Medellín, Colombia  
[marthabenjumea@itm.edu.co](mailto:marthabenjumea@itm.edu.co)  
<http://orcid.org/0000-0002-6776-3892>

Alejandro Valencia-Ariza  
Instituto Tecnológico Metropolitano  
Fundación Universitaria Católica del Norte  
Medellín, Colombia  
[jhoanvalenc@itm.edu.co](mailto:jhoanvalenc@itm.edu.co)  
<http://orcid.org/0000-0001-9434-6923>

Recibido - Received - Recebido: 12 / 05 / 2017  
Corregido - Revised - Revisado: 29 / 08 / 2018  
Aceptado - Accepted - Aprovado: 30 / 01 / 2019

gestión del conocimiento y generación de conocimiento son interdependientes, el primero es el concepto principal y el segundo, el efecto de una buena gestión. Dicha interdependencia conduce al alcance de beneficios sinérgicos, situación que se espera perdure en el largo plazo, y sea replicada en diversos espacios de generación en generación. De lo contrario, situaciones aisladas de generación de conocimiento impedirían el progreso científico de la sociedad en general.

## Anexo 28

Modelo de gestión del conocimiento para centros de productividad e innovación

<https://www.redalyc.org/journal/993/99366775009/99366775009.pdf>



Telos  
ISSN: 1317-0570  
ISSN: 2343-5763  
[wildays.arligas@urbe.edu](mailto:wildays.arligas@urbe.edu)  
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín  
Venezuela

### Modelo de gestión del conocimiento para centros de productividad e innovación

Rivers Martínez, Wilfrid Fabián  
Modelo de gestión del conocimiento para centros de productividad e innovación  
Telos, vol. 23, núm. 2, 2021  
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Venezuela  
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99366775009>  
DOI: <https://doi.org/10.36390/telos232.09>

Teniendo en cuenta que el objetivo de esta investigación radica en la propuesta de un modelo de Gestión del Conocimiento para un Centro de Productividad e Innovación, es importante señalar las siguientes conclusiones.

El diagnóstico de GC realizado, evidenció la necesidad de que la organización precise el horizonte de su actuación en el área de la gestión de conocimiento mediante la implementación de políticas relacionadas con la gestión del talento humano, el capital estructural, la apropiación de conocimiento y la gestión TIC, las cuales fueron planteadas en el resultado de esta investigación con el despliegue de actividades específicas, que orientarán la organización en el desarrollo de procesos que aporten a la consolidación de la estrategia organizacional.

## Anexo 29

Formulación de modelos de gestión del conocimiento aplicados al contexto de instituciones de educación superior

[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07642020000100103&lng=en&nrm=iso&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000100103&lng=en&nrm=iso&tlng=en)

Información Tecnológica  
Vol. 31(1), 103-112 (2020)  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100103>

### Formulación de modelos de gestión del conocimiento aplicados al contexto de instituciones de educación superior

Yessenia Acevedo-Correa<sup>1\*</sup>, Carlos A. Aristizábal-Botero<sup>2</sup>, Alejandro Valencia-Arias<sup>1</sup>, Lemy Bran-Piedrahíta<sup>1</sup>  
(1) Coordinación General de Investigaciones, Fundación Universitaria Católica del Norte, Avenida 53 # 74 E 51 (Centro de Servicio Educativo) Medellín - Colombia. (e-mail: yacevedoc@ucn.edu.co; lbpiedrahita@ucn.edu.co; javalenciaa@ucn.edu.co)  
(2) Departamento de Sociología, Universidad de Antioquia, Calle 70 No. 52 - 21, Bloque 9-228 Medellín - Colombia. (e-mail: carlos.aristizabal@udea.edu.co)

\* Autor a quien debe ser dirigida la correspondencia.

Recibido Jun. 5, 2019; Aceptado Jul. 31, 2019; Versión final Sep. 30, 2019; Publicado Feb. 2020

5. El propósito fundamental de un modelo de gestión del conocimiento en IES se debe orientar al fortalecimiento de la cultura alrededor de estrategias de preservación de conocimiento, lo cual se articula con la creación, codificación, apropiación y la reutilización de los conocimientos ya existentes y que, si se acompaña con prácticas estructuradas, permite la consolidación de experiencias que fomenten la apropiación y transferencia de conocimiento.

## Anexo 30

Talento humano y la gestión del conocimiento en las microempresas

<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/444>

### Talento humano y la gestión del conocimiento en las microempresas

#### Human talent and knowledge management in micro-enterprises

María Jessenia Alcívar Mero<sup>1</sup>, César Raúl Alarcón Chávez<sup>2</sup>, Homero Manuel Ferrín Schettini<sup>3</sup>

#### INFORMACIÓN DEL

#### ARTÍCULO

Fecha de recepción: 20 de Marzo de 2020.  
Fecha de aceptación: 9 de Junio de 2020.

#### Resumen

Esta investigación tuvo como propósito analizar la gestión del conocimiento según Valhondo (2003) tomando en cuenta las consideraciones de los cuatro procesos de conversión del conocimiento de Nonaka y Takeuchi (1999) en beneficio del talento humano de la microempresa ecuatoriana con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Indudablemente, el triunfo de una microempresa depende del talento humano, mientras más capacitados mayor será la eficiencia en rentabilidad, productividad y competitividad. La metodología empleada fue de carácter cualitativo, siguió los lineamientos de la investigación documental bajo el método hermenéutico utilizando la revisión de textos para un análisis de contenido. El constructo teórico

<sup>1</sup> Doctorando en Ciencias Sociales de la Universidad del Zulia. Docente e Investigadora de la Universidad Laica

El conocimiento es valioso por ser uno de los ejes centrales para el desarrollo social y personal de los seres humanos, considerado capital intelectual que no se agota, que aumenta cada día si se pone empeño al prepararse, analizando, reflexionando con criticidad lo que permite dar respuestas y soluciones a conflictos o problemáticas de todas las índoles. Por su importancia se hace necesaria la generación y divulgación del conocimiento que hoy se presenta como un propósito prioritario en el contexto de las sociedades, siendo las TIC herramientas colaborativas que facilitan su construcción y desarrollo.

### Anexo 31

La gestión de innovación fuente de ventajas competitivas en hoteles de categoría superior, del destino Manta-Ecuador

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2528-79072021000100017](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000100017)

---

REVISTA  
SAN GREGORIO

---

<http://dx.doi.org/10.36097/rsan.voi45.1442>  
Artículo Original

**La gestión de innovación fuente de ventajas competitivas en hoteles de categoría superior, del destino Manta-Ecuador**

*The innovation management, competitive advantages source for senior hotels in Manta tourism destination, Ecuador*

**Autores**

Rodney Alfonso Alfonso. <https://orcid.org/0000-0002-4260-8992>  
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. Calceña. Manabí. Ecuador.  
[rodney7alfonso@gmail.com](mailto:rodney7alfonso@gmail.com)

Mercedes del Carmen Franco Rodríguez. <https://orcid.org/0000-0001-5029-165X>  
Universidad de la Habana. La Habana. Cuba. [mercedes.franco@ftur.uh.cu](mailto:mercedes.franco@ftur.uh.cu).

Rogelio Pedro Suárez Mella. <https://orcid.org/0000-0002-5492-9339>  
Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo. Manabí. Ecuador. [rpsmella@gmail.com](mailto:rpsmella@gmail.com).

Fecha de recibido: 2020-08-19  
Fecha de aceptado para publicación: 2021-02-15  
Fecha de publicación: 2021-03-30



La puesta en práctica de ventajas competitivas a partir de la innovación se evaluó con un predominio de alta importancia, donde sobresalen la calidad de los productos/servicios incluidos en las ofertas, la hospitalidad, la atención brindada a los clientes y las aplicaciones tecnológicas asociadas con facilidades de gestión hotelera.

Al determinar la incidencia las funciones de gestión de innovación y las ventajas competitivas generadas se evidenció una fuerte correlación directa, por lo que un porcentaje significativo de los resultados de competitividad se pueden obtener de la introducción de resultados de innovaciones en los hoteles estudiados.

## Anexo 32

La sostenibilidad como estrategia competitiva en empresas del sector construcción del departamento de Antioquia – Colombia

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7920867>

TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales  
ISSN 1317-0570 / ISSN (e) 2343-5763  
Vol. 23 (2): 325-346. Mayo-Agosto 2021

### LA SOSTENIBILIDAD COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA EN EMPRESAS DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA – COLOMBIA

Moisés Briñez\*  
<https://orcid.org/0000-0002-1126-017X>  
Manuela Penagos\*\*

RECIBIDO: Julio 2020 / ACEPTADO: Febrero 2021 / PUBLICADO: Mayo 2021

Como citar: Briñez, Moisés; Penagos, Manuela (2021). La Sostenibilidad como Estrategia Competitiva en empresas del sector Construcción del Departamento de Antioquia - Colombia. *TeLOS: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23 (2), Venezuela. (Pp.325-346). DOI: [www.doi.org/10.36390/teLos232.08](https://doi.org/10.36390/teLos232.08)

disminución de precios frente a la competencia. Sin embargo, se están enfocando en la estrategia competitiva de diferenciación en ciertas características que hacen que los clientes las perciban como propuestas únicas, estas están trabajando en acciones en pro de la sostenibilidad donde se ven reflejados los esfuerzos que se realizan en las diferentes áreas

## Anexo 33

Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687051>

---

**RCS**  
Revista de Ciencias Sociales (RCS). FCES - LUZ  
Vol. XXV, No. 4, 2020, 465-475  
• ISSN: 1315-9518 • ISSN-E: 2477-9431

Como citar APA: Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., y Romero, M. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales (16)*, XXV(4), 465-475.

**Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas**

Romero, Douglas\*  
Sánchez, Sofía\*\*  
Rincón, Yanyin\*\*\*  
Romero, Moraima\*\*\*\*

La ventaja competitiva no es producto del azar, ésta se construye con trabajo y perseverancia; lo cual implica un permanente monitoreo del ambiente que permita un correcto análisis y diagnóstico del entorno tanto interno como externo; de tal suerte de identificar las verdaderas fortalezas y debilidades de la empresa, al mismo tiempo que las reales oportunidades y amenazas presentes en el mercado. Con esto en cartera,

### Anexo 34

Capacidades dinámicas e innovación en las organizaciones. Una revisión de la literatura y proposiciones básicas

<https://www.redalyc.org/journal/880/88066290003/88066290003.pdf>

### CAPACIDADES DINÁMICAS E INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES. UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA Y PROPOSICIONES BÁSICAS

Zapata Rotundo, Gerardo  
CAPACIDADES DINÁMICAS E INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES. UNA REVISIÓN DE LA  
LITERATURA Y PROPOSICIONES BÁSICAS  
Compendium, vol. 23, núm. 45, 2020  
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela  
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88066290003>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

En la presente investigación se analizaron aspectos vinculados con la relación entre las capacidades dinámicas de la organización, vistos en tres de sus componentes principales - capacidad de absorción, capacidad de adaptación y capacidad de aprendizaje-, y el proceso de innovación. Estas tres capacidades dinámicas pueden tener efectos positivos sobre la capacidad de innovación de la empresa, convirtiéndose así en uno de sus facilitadores. Para ello, se hizo una amplia revisión bibliográfica que permitió finalmente cumplir con el objetivo propuesto, el cual fue plantear una serie de proposiciones generales que pudieran servir de base para estudios posteriores de carácter cuantitativo o cualitativo.

Se observa entonces que las empresas se enfrentan al desafío de desarrollar capacidades dinámicas como fuente de ventajas competitivas puesto que se encuentran en un entorno en el que actúan varios elementos dinámicos y complejos, es así como es necesario atender eficazmente las expectativas de ese entorno compuesto por diversas partes interesadas (clientes, consumidores, proveedores, el gobierno). Del mismo modo, las organizaciones deben estar atentas y preparadas tanto para la explotación y desarrollo de nuevas oportunidades, como para la creación de mecanismos que les permitan crear ventajas competitivas distintivas y difíciles de imitar.

### Anexo 35

Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia

<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/7681>

# Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia

Carlos Eduardo Mendez Álvarez\*

Fecha de recibido: 6 de diciembre de 2017  
Fecha de aprobado: 5 de septiembre de 2018

Para citar: Mendez Álvarez, C.E. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Universidad & Empresa*, 21(37), 136-169.  
Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>

- El tercer elemento de influencia en la cultura por la estrategia es Dirección comportamientos en la interacción social, relacionada con (3) de los identificados. En la definición de visión, misión, objetivos y metas existe conocimiento previo sobre comportamientos de las personas en su actividad laboral y personal a nivel formal e informal; la relación es en doble sentido, es decir, actúa como insumo de la estrategia y en la adaptación de la aplicación. La misma situación se presenta con el elemento Cursos de acción y actividades que determinan la cadena de valor. La estructura de la organización es coherente con la cadena de valor, define cursos de acción y actividades en los cargos y responsabilidades que se explicitan en manuales de funciones, determina relaciones de poder y subordinación, y comportamientos formales por procesos, procedimientos,

## Anexo 36

Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva

<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052020000100133>

Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, vol. 28 N° 1, 2020, pp. 133-142

### Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva

*An inventory management model based on competitive strategy*

Adolfo González<sup>1\*</sup>

Recibido 15 de noviembre de 2017, aceptado 17 de septiembre de 2018  
*Received: November 15, 2017 Accepted: September 17, 2018*

instancia los drivers de la estrategia y los elementos diferenciadores de la estrategia de la empresa, pues así, como en este caso aplicado, el nivel de servicio en función de las rotaciones, dejando de lado los parámetros de espacio y costos. Se entiende que el aplicar este paso en otra empresa, este elemento puede cambiar, pues la implementación no necesariamente puede ser la misma a la expuesta en este caso aplicado.

## Anexo 37

Validación de escalas para identificar la estrategia genérica y la cultura organizacional de las empresas pymes costarricenses

[https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec\\_empresa/article/view/5094](https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresa/article/view/5094)

## Scale validation to identify the generic strategy and organizational culture of costarican SME companies



**Susan Arce-Gutiérrez**  
Escuela de Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Campus Cartago, Costa Rica

**José Martínez-Villavicencio**  
Escuela de Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Campus Cartago, Costa Rica

**Mario Acuña-Sánchez**  
Escuela de Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Campus Cartago, Costa Rica

**Bernal Martínez-Gutiérrez**  
Escuela de Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Campus Cartago, Costa Rica

**Rony Rodríguez-Barquero**  
Área académica de Administración en Tecnologías de la Información, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Campus Cartago, Costa Rica

Esta estrategia es más exitosa en empresas que se encuentran bajo condiciones de rápido cambio en el mercado, es decir, organizaciones con gran autonomía e innovación. Esto debido a que tiene como fin buscar nuevas oportunidades tanto en el mercado como en el desarrollo de nuevos productos. De este modo, tienen también una alta relación entre el bajo costo relativo y el rendimiento de la empresa.

### Anexo 38

“Análisis de estándares de calidad del servicio automotriz en los talleres del cantón Gualaceo”

<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21286>

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE CUENCA

CARRERA DE INGENIERÍA MECÁNICA AUTOMOTRIZ

*Trabajo de titulación previo  
a la obtención del título de  
Ingeniero Mecánico-Automotriz*

ARTÍCULO ACADÉMICO:  
“ANÁLISIS DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DEL SERVICIO  
AUTOMOTRIZ EN LOS TALLERES DEL CANTÓN GUALACEO”

AUTORES:  
BORIS ALFREDO GUACHICHULCA AUCAPIÑA  
WILSON DARÍO MAYANZELA TIGRE

TUTOR:  
EC. FERNANDO ANDRÉS VIVAR BRAVO, MAE



En un taller automotriz es indispensable una adecuada gestión del talento humano, esto ayudará a establecer de mejor manera la distribución de carga de trabajo. De esta manera se contará con información oportuna en lo que refiere a los talleres, mantenimiento la distribución de las áreas, de esta manera se conocerá de qué manera se organizan los mecánicos así como también su disponibilidad en

## Anexo 39

Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)

<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

**recimundo**   
Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento

**DOI:** 10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173  
**URL:** <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>  
**EDITORIAL:** Saberes del Conocimiento  
**REVISTA:** RECIMUNDO  
**ISSN:** 2588-073X  
**TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Artículo de Revisión  
**CÓDIGO UNESCO:** 5802 Organización y Planificación de la Educación  
**PÁGINAS:** 163-173



**Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)**

Educational research methodologies (descriptive, experimental, participatory, and action research)

Metodologias de pesquisa educacional (descriptiva, experimental, participativa e de ação)

Gladys Patricia Guevara Alban<sup>1</sup>; Alexis Eduardo Verdesoto Arguello<sup>2</sup>; Nelly Esther Castro Molina<sup>3</sup>

**RECIBIDO:** 10/04/2020 **ACEPTADO:** 26/05/2020 **PUBLICADO:** 01/07/2020

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. La investigación explicativa es aquella que tiene relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta precisar las causas del mismo. Puede valerse de diseños experimentales y no experimentales. La investigación experimental se centra en controlar el fenómeno a estudiar, emplea el razonamiento hipotético-deductivo. Emplea muestras representativas, diseño experimental como estrategia de control y metodología cuantitativa para analizar los datos.

## Anexo 40



# Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España

<https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2021-v12-n1-metodos-tecnicas-de-investigacion>



**Dra. Gloria GÓMEZ-ESCALONILLA**  
Universidad Rey Juan Carlos, España. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

**Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España**

*Research methods and techniques employed in Communication Studies in Spain*

Fechas | Recepción: 31/08/2020 - Revisión: 06/11/2020 - En edición: 23/11/2020 - Publicación final: 01/01/2021

### 3.3. Los métodos de investigación en comunicación según los objetivos del estudio

En la investigación Mapcom se han distinguido cuatro objetivos de las investigaciones realizadas, en función de si pretendían describir, explicar, intervenir o evaluar el objeto que estudiaban. En el total de contribuciones, priman los objetivos descriptivos, es decir, la investigación en comunicación se propone como objetivo prioritario describir los fenómenos que investigan. Así es en el 54% de los casos, lo que permite decir que más de la mitad de la investigación en comunicación es descriptiva. En el ámbito de la comunicación, un 24% de las investigaciones se han realizado con fines explicativos, casi un cuarto del total. En menor proporción siguen las investigaciones que se proponen evaluar los fenómenos, en el 11% de los casos, mientras que solo en un 3% se interviene para modificar el objeto de estudio. Ciertamente los objetivos de evaluación e intervención no suelen ser los más seguidos en las ciencias sociales, ni tampoco, como se ha comprobado, en las ciencias de la comunicación.

## Anexo 41

Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de marketing y dirección de empresas

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>

**63** Fecha de presentación: Julio, 2020  
Fecha de aceptación: Octubre, 2020  
Fecha de publicación: Noviembre, 2020

**ANÁLISIS CORRELACIONAL**  
DE LA FORMACIÓN ACADÉMICO-PROFESIONAL Y CULTURA TRIBUTARIA DE LOS ESTUDIANTES DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**CORRELATIONAL ANALYSIS OF THE ACADEMIC-PROFESSIONAL FORMATION AND TAX CULTURE OF MARKETING STUDENTS AND BUSINESS MANAGEMENT**

Edwin Gómez Chipana<sup>1</sup>  
E-mail: egomez@unajma.edu.pe  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7568-5863>  
<sup>1</sup> Universidad Nacional José María Arguedas, Perú.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Gómez Chipana, E. (2020). Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de Marketing y Dirección de Empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 478-483.

asociación de las variables formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes. Tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad, tanto la aplicación del conocimiento para responder a preguntas o para que esos conocimientos puedan aplicarse en otras investigaciones. El nivel de investigación es ex post-facto (Diseño no experimental). En el presente trabajo de investigación se identifica a la formación académico-profesional como variable independiente y a la cultura tributaria como variable dependiente.

El tipo de estudio para el presente trabajo de investigación es transeccional o transversal y no experimental. Se recolectan los datos en un solo momento con el propósito de describir las variables formación académico-profesional y la cultura tributaria y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, específicamente en el año 2014.

## Anexo 42

### Los alcances de una investigación

<https://cienciamerica.edu.ec/index.php/uti/article/view/336>


CienciaMérica (2020) Vol. 9 (3)  
ISSN 1390-9592 ISSN-L 1390-681X



## LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN

*The scope of an investigation*

*O escopo de uma investigação*

Carlos Ramos Galarza <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Docente titular principal de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Científico del Centro de investigación en Mecatrónica y Sistemas Interactivos MIST de la Universidad Tecnológica Indoamérica  
Correo: [caramos@puce.edu.ec](mailto:caramos@puce.edu.ec), [carlosramos@uti.edu.ec](mailto:carlosramos@uti.edu.ec)

En este tipo de investigaciones se puede utilizar tanto el método cualitativo, como cuantitativo. En el alcance exploratorio, la investigación es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características. Por ejemplo, actualmente la humanidad está enfrentando una pandemia por el COVID-19 y no se conoce mayoritariamente la dinámica que implica este tipo de virus. Por tanto, se debe arrancar explorando el fenómeno para poder tener un primer acercamiento en la comprensión de sus características.

En el método cuantitativo, se aplican procesos de análisis de datos básicos en donde se puede identificar la frecuencia en la cual se presenta el fenómeno de interés y sus características generales. Desde el enfoque cualitativo se pueden aplicar estudios lingüísticos, en los cuales se identifique las construcciones subjetivas que emergen en la interacción entre el ser humano y el fenómeno de investigación.

## Anexo 43

### Análisis de calidad de artículos educativos con diseños Experimentales

<https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/981>

**Análisis de calidad de artículos educativos con diseños experimentales**

*Quality Analysis for Educational Articles with Experimental Designs*

*Análise de qualidade de artigos educacionais com projetos experimentais*

**Héctor Francisco Ponce Benosa**  
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México  
[hector.ponce@uaq.mx](mailto:hector.ponce@uaq.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-9302-3740>

**Diana Irasema Cervantes Arriola**  
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México  
[diana.cervantes@uaq.mx](mailto:diana.cervantes@uaq.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-2353-1309>

**Beatriz Anguiano Escobar**  
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México  
[beatriz.anguiano@uaq.mx](mailto:beatriz.anguiano@uaq.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-3533-5607>

Es necesario seguir analizando la literatura de investigación educativa en lo que se refiere a diseños experimentales para ver la calidad con la que cuenta. Además, cabe la posibilidad de que se pudieran evaluar los diseños *no experimentales* en cuestión del nivel de poder, ver si son parte de una serie de réplicas y observar el acceso a sus datos y análisis, así como el reporte de sus estadísticas. Un primer posible paso sería examinar la representatividad de la muestra de estudio ante una población para una posible generalización de lo encontrado en los análisis. Es decir, si la muestra fue tomada al azar de una población y tiene el tamaño mínimo que se marca por alguna fórmula con un nivel de confianza (e. g., 95 % o 99 %) y con cierto margen de error (intervalo de confianza). Cuando una muestra es de conveniencia, se puede hacer el argumento de que tiene estadísticas de interés similares a los parámetros de una población. Lo anterior se podría establecer con una prueba de significancia estadística para comparar grupos y correlacionar variables, así como un análisis de tamaño de efecto. De este modo, se tendría un respaldo más sólido para la generalización de los resultados de un estudio.

## Anexo 44

### Etapas de la administración:

<https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2412>

### Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico

DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2412>

Martín P. Pantoja-Aguilar<sup>1</sup>  
Universidad de Guanajuato  
[pantobjm@ugto.mx](mailto:pantobjm@ugto.mx)

José Rodrigo Salazar Garza-Treviño<sup>2</sup>  
Universidad de Guanajuato  
[rodrigojts@hotmail.com](mailto:rodrigojts@hotmail.com)

Fecha de recepción: 11 de noviembre de 2018  
Fecha de aprobación: 19 de junio de 2019



Cómo citar este artículo / To reference this article / Comment citer cet article / Para citar este artigo:  
Pantoja-Aguilar, M. P., Garza-Treviño, J. R. (2019). Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico. *Revista Española de Administración de Negocios*, (87), 139-154. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2412>

organización, liderazgo y control. Es por esto que autores como Fayol parten de estos principios del proceso administrativo y añaden el principio de «instrucción», pero transforman el principio de liderazgo en el principio actual de coordinación, el cual se define como el proceso sistémico que integra todas las actividades y departamentos de la empresa, de modo que facilita su trabajo para la obtención de mejores resultados. Con esto se aportan, sin duda, elementos iniciales al actual enfoque sistémico.

## Anexo 45

Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383508>

Dom. Cien., ISSN: 2477-8818  
Vol. 8, núm. 1. Enero-marzo, 2022, pp. 1165-1185



Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>

Ciencias Económicas y Empresariales  
Artículo de Investigación

*Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia*

*Techniques and Instruments for Data Collection that Support Scientific Research in Pandemic Times*

*Técnicas e Instrumentos de Coleta de Dados que apoiam a Pesquisa Científica em tempos de Pandemia*

Alicia Jacqueline Cisneros-Caicedo <sup>1</sup>  
cisneros.caicedo@unesum.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0002-4961-1940>

Axel Fabián Guevara-García <sup>2</sup>  
guevara-axe13549@unesum.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0002-1686-0342>

Johany Jesús Urdánigo-Cedeño <sup>III</sup>  
urdanigo-johany4443@unesum.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0002-9460-4272>

Julio Emmanuel Garcés-Bravo <sup>IV</sup>  
jgarcés3346@utms.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0001-5209-5935>

Correspondencia: cisneros.caicedo@unesum.edu.ec

\*Recibido: 30 de noviembre de 2021 \*Aceptado: 30 de diciembre de 2021 \* Publicado: 28 de enero de 2022

### Importancia de la Recolección de Datos

Las TICs han transformado de manera vertiginosa la vida cotidiana y social, en las investigaciones han facilitado el trabajo colaborativo a través de la comunicación sinérgica y asincrónica entre los miembros de un grupo de investigación y ha resuelto problemas respecto a la recolección de datos por medio de diversas herramientas digitales, muchas de las cuales permiten obtener y descargar los resultados en programas de análisis cuantitativos o cualitativos de muestras grandes de población, estos programas generan gran expectativa en cuanto a sus potencialidades, una de ellas es la velocidad en el manejo, gestión, búsqueda y exposición de los datos, además del mejoramiento en la calidad de la investigación y contar con proyectos, investigaciones y estudios con transparencia en el proceso de

## Anexo 46

Técnicas E instrumentos De recolección de datos

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Data collection techniques and instruments

*Sandra Luz Hernández Mendoza<sup>a</sup>, Danae Duana Avila<sup>b</sup>*

Por lo que las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación.

Existen múltiples y diferentes instrumentos útiles para la recolección de datos y para ser usados en todo tipo de investigaciones ya sean cuantitativas, cualitativas o

## Anexo 47

¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662017000400014](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014)

Revista Cubana de Salud Pública. 2017;43(3)

CARTA AL EDITOR

**¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria**

**Population or sample? A necessary difference**

**José Luis Ventura-León**

Universidad Privada del Norte, Perú.

La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar.<sup>3</sup> Por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para de esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio.<sup>4</sup>

## Anexo 48

El protocolo de investigación III: la población de estudio



Revista Alergia México  
ISSN: 0002-5151  
revista.alergia@gmail.com  
Colegio Mexicano de Inmunología Clínica  
y Alergia, A.C.  
México

Arias-Gómez, Jesús; Villasis-Keever, Miguel Ángel; Miranda Novales, María Guadalupe  
El protocolo de investigación III: la población de estudio  
Revista Alergia México, vol. 63, núm. 2, abril-junio, 2016, pp. 201-206  
Colegio Mexicano de Inmunología Clínica y Alergia, A.C.  
Ciudad de México, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>

terminados. Es necesario aclarar que cuando se habla de población de estudio, el término no se refiere exclusivamente a seres humanos sino que también puede corresponder a animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones, etc.; para estos últimos, podría ser más adecuado utilizar un término análogo, como *universo de estudio*.

Es importante especificar la población de estudio porque al concluir la investigación a partir de una muestra de dicha población, será posible generalizar o extrapolar los resultados obtenidos del estudio hacia el resto de la población o universo. Por ejemplo, si se desea evaluar la evolución de las concentraciones séricas de IgE en pacientes con alergia alimentaria menores de 2 años, entonces la población de estudio estará constituida por los pacientes pediátricos con alergia alimentaria, atendidos en cierto hospital o unidad médica.

La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios prede-

## Anexo 49

Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R

<http://cmhnaaa.org.pe/ojs/index.php/rcmhnaaa/article/view/627>

## Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R

Quantitative methods: Sample size calculation with STATA and R

Antonio M. Quispe<sup>1\*</sup>, Diego F. Pinto<sup>2\*</sup>, Mariella R. Huaman<sup>3\*</sup>, Gilda M. Bueno<sup>4\*</sup>, Andree Valle-Campos<sup>4\*</sup>

El cálculo de tamaño de muestra es un aspecto esencial del diseño de estudios cuantitativos<sup>(1)</sup>. Un adecuado cálculo del tamaño de muestra no solo nos permite determinar cuál es la mínima cantidad de participantes necesarios para probar nuestra hipótesis de interés sino determinar la factibilidad del mismo y ajustar nuestros presupuestos<sup>(2)</sup>. Esto es muy importante porque los

### Anexo 50

Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo

<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/400>

**Uisrael**  
REVISTA CIENTÍFICA

  
Periodo enero - junio 2021  
Vol. 8, No. 1  
cientifica@uisrael.edu.ec  
<https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400> • e-ISSN: 2631 - 2786

### Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo

Fecha de recepción: 2020-11-10 • Fecha de aceptación: 2020-12-16 • Fecha de publicación: 2021-10-01

**Marcom J. Sánchez\***

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela  
marcomjsb1@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-4518-9631>

**Mariela Fernández\***

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela  
marfer0208@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-0298-8578>

**Juan C. Díaz\***

Universidad Politécnica Territorial del Zulia, Venezuela  
juandc80@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-1584-2788>

Precisamente, en la investigación cualitativa la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo; además, el análisis no es estándar, ni una receta, ya que cada estudio requiere de un esquema propio y se pone en manifiesto la creatividad del investigador.

### Anexo 51

Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo

<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/400>

**Técnicas e instrumentos de recolección de información:  
análisis y procesamiento realizado por el investigador  
cualitativo**

Fecha de recepción: 2020-11-10 • Fecha de aceptación: 2020-12-16 • Fecha de publicación: 2021-10-01

**Marcos J. Sánchez\***  
Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela  
marcojys1@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-4518-9631>

**Mariela Fernández\***  
Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela  
maria2036@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-0299-8578>

**Juan C. Díaz\***  
Universidad Politécnica Territorial del Zulia, Venezuela  
juancd60@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-7061-7706>

El propósito de este artículo radica en analizar e interpretar la pluralidad de las perspectivas que nos muestran los puntos de vista coincidentes y contrapuestos entre el investigador y los sujetos, siendo paradójicamente uno de los aspectos que enriquece y nutre de complejidad y diversidad de técnicas e instrumentos de recolección de información en el análisis y procesamiento de la investigación cualitativa. Entre las técnicas de recolección de información consideradas se destacan la observación participante, el grupo nominal, Delphi, entrevista a profundidad, grupos focales, revisión documental, taller investigativo y técnicas proyectivas, y en cuanto los instrumentos se recalcan la guía de observación, anecdóticos, diario del investigador y artefactos. En relación al análisis y procesamiento de

## Anexo 52

La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica?

<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>

Hernán Fera Avila, Margarita Matilla González, Silverio Mantecón Licea

### LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?

LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA

AUTORES: Hernán Fera Avila<sup>1</sup>  
Margarita Matilla González<sup>2</sup>  
Silverio Mantecón Licea<sup>3</sup>

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: [hernanfa@ult.edu.cu](mailto:hernanfa@ult.edu.cu)

Fecha de recepción: 24-06-2020

Fecha de aceptación: 18-08-2020

Permite de una mejor forma tabular y estudiar las opiniones recibidas de los encuestados, para su conversión, inferencialmente, por el investigador, en información útil a considerar en la investigación.

- Asegura de un mejor modo obtener opiniones de un número mayor de personas.
- Asegura de un mejor modo obtener opiniones cuando la muestra está dispersa geográficamente.



## Anexo 53

### Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO

<https://revistas.um.es/rie/article/view/312461>

Allaga, F.M.; Gutiérrez-Braojos, C. y Fernández-Cano, A. (2018). Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO. *Revista de Investigación Educativa*, 38(2), 563-579.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/rie.382.312461>

#### Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO

Research journals in education: SWOT Analysis

Francisco M. Allaga<sup>a</sup>, Calixto Gutiérrez-Braojos<sup>a</sup>, Antonio Fernández-Cano<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Universidad de Valencia, Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación  
<sup>\*\*</sup> Universidad de Granada, Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación

En este artículo hemos optado por un análisis DAFO de estilo narrativo, que nos permita razonar más detalladamente y presentar esas reflexiones para el debate.

La distinción entre interno y externo puede tener límites ambiguos y difusos en el caso de las revistas científicas, ya que no son un ente autónomo, sino que forman parte de un sistema global más amplio, que incluye el proceso editorial (gestión, autoría, revisión, etc.), pero también a las instituciones de las que forman parte y al propio sistema de investigación. Delimitar qué es interno y qué es externo, cuando las influencias y procesos están en continua interacción, puede resolverse de maneras diversas según el enfoque.

## Anexo 54

Ausencia de habilidades gerenciales para una cultura de innovación universitaria en instituciones de Colombia y Venezuela.

<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.5961>

### Ausencia de habilidades gerenciales para una cultura de innovación universitaria en instituciones de Colombia y Venezuela

Zoraima Aurelia Donawa Torres\*

Willington German Gámez Araujo\*\*

Fecha de recibido: 25 de julio de 2017  
Fecha de aprobado: 2 de mayo de 2018

Para citar: Donawa Torres, Z. A. & Gámez Araujo, W. G. (2019). Ausencia de habilidades gerenciales para una cultura de innovación universitaria en instituciones de Colombia y Venezuela. *Universidad & Empresa*, 21(30), 8-35.  
doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.5961>

Finalmente, la habilidad de descubrimiento sobre la experimentación en la gerencia de las universidades estudiadas, a criterio de los encuestados, está presente en porcentajes muy bajos, pues consideran que la gerencia prueba nuevas experiencias a través de la exploración, desmonta cosas, ya sea física o intelectualmente, y se preocupa por materializar una idea a través de pruebas piloto o prototipos, como lo acotan los autores Dyer, Gregersen y Christensen (2012). En este sentido, los resultados arrojados por el instrumento de recolección de datos, permiten inferir la ausencia de las habilidades gerenciales de descubrimiento en instituciones de educación superior de Colombia y Venezuela, acotadas por los autores mencionados.

## Anexo 55

Importancia de los recursos humanos en las micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador

<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/829>

13

Fecha de presentación: octubre, 2017  
Fecha de aceptación: diciembre, 2017  
Fecha de publicación: febrero, 2018

**IMPORTANCIA**  
DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL ECUADOR  
**IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES IN THE MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES OF ECUADOR**

MSc. Mariana Marisol Yáñez Sarmiento<sup>1</sup>  
E-mail: myanez@umet.edu.ec  
Ing. Janneth Rocío Yáñez Sarmiento<sup>2</sup>  
E-mail: hamnyanz@hotmail.com  
MSc. Jessi Mariuxi Morocho Espinoza<sup>1</sup>  
E-mail: jessi.morocho@umet.edu.ec

<sup>1</sup> Universidad Metropolitana, República del Ecuador.  
<sup>2</sup> Universidad Espiritu Santo, República del Ecuador.

Los recursos humanos se los considera un elemento primordial para el crecimiento, y desarrollo de estrategias competitivas de las MIPYMES, por ello es fundamental contar con un recurso humano óptimo, eficiente y comprometido que aporte significativamente a la consecución de objetivos y al éxito de la empresa.

Por ello con el propósito de analizar la importancia que los recursos humanos tienen para las MYPIMES en el Ecuador y como estos afectan la competitividad de las mismas, se realizó un análisis bibliográfico para identificar la relación que existe entre el recurso humano y la competitividad de la MIPYME con el fin de lograr eficacia en la gestión de los mismos.

## Anexo 56

El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes en las cooperativas de ahorro y crédito del cantón Latacunga- Ecuador

<https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/271>

### EL MARKETING RELACIONAL PARA MEJORAR LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CANTÓN LATACUNGA-ECUADOR

Julio Ramiro Salazar Molina

Patricio Salazar

Jenny Guaigua

Universidad Técnica De Cotopaxi

presente investigación tiene como objeto el estudio del marketing relacional como estrategia de fortalecimiento de las pequeñas empresas del sector financiero y el diseño del esquema de un plan de marketing donde consten estrategias para fidelizar a los clientes. El método utilizado en la investigación es el descriptivo, mediante

que se van a utilizar para poder fidelizar al cliente y así lograr una relación a largo plazo con el cliente. En la cuarta fase se realiza ya la implementación para esto se lo realiza mediante una retroalimentación. En la quinta fase ya se realiza la evaluación y control de la aplicación del marketing relacional el cual me permitirá saber si la empresa ha logrado fidelizar al cliente para su respectiva relación a largo plazo.

## **Anexo 57**

Impacto de la comunicación organizacional en los niveles de desempeño del personal de la empresa fideos paraíso, periodo octubre 2021-marzo 2022

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23839/1/UPS-CT010204.pdf>

En líneas generales y atendiendo a los resultados anteriormente analizados se observa la necesidad de un plan de comunicación organizacional en la empresa "Fideos Paraíso" que mejore la satisfacción y el nivel de desempeño laboral del personal para así proyectar mayores niveles de rentabilidad a sus accionistas, así como un mejor ambiente laboral y satisfacción a sus trabajadores.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE CUENCA  
CARRERA DE PSICOLOGÍA DEL TRABAJO

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LOS NIVELES DE DESEMPEÑO DEL PERSONAL DE LA EMPRESA FIDEOS PARAÍSO, PERÍODO OCTUBRE 2021-MARZO 2022

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Psicología del Trabajo

AUTORA: MARIANA DE JESÚS CÁRDENAS ESPINOZA  
TUTORA: ING. ANA JULIA VEGA LUNA

## **Anexo 58**

Componentes y dimensiones de la investigación formativa en ciencias de la información

<https://www.redalyc.org/pdf/823/82343214004.pdf>

el conocimiento tácito puede dividirse en dos dimensiones: primero, la dimensión técnica, que incluye las habilidades, no formales y difíciles de definir que se expresan en el término *know how* (saber cómo llevar a cabo una tarea); segundo, el conocimiento tácito, tiene también una dimensión cognoscitiva, que incluyen esquemas, modelos mentales, creencias y percepciones tan arraigadas en las personas que casi siempre las ignoramos.

## Anexo 59

La dimensión ambiental desde la asignatura desarrollo gerencial en la universidad metropolitana de ecuador

<http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n79/1990-8644-rc-17-79-360.pdf>

Fecha de presentación: diciembre, 2020, Fecha de Aceptación: febrero, 2021, Fecha de publicación: marzo, 2021

44

### LA DIMENSIÓN AMBIENTAL DESDE LA ASIGNATURA DESARROLLO GERENCIAL EN LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE ECUADOR

THE ENVIRONMENTAL DIMENSION FROM THE MANAGEMENT DEVELOPMENT SUBJECT AT THE METROPOLITAN UNIVERSITY OF ECUADOR

María Beatriz García Saltos<sup>1</sup>

E-mail: [mgarcia@umet.edu.ec](mailto:mgarcia@umet.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4015-0153>

Lenny Beatriz Capa Benítez<sup>2</sup>

E-mail: [lcapa@utmachala.edu.ec](mailto:lcapa@utmachala.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2841-5219>

<sup>1</sup> Universidad Metropolitana. Ecuador.

<sup>2</sup> Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

La dimensión ambiental permite la vinculación de los sectores sociales y empresariales para plantear estrategias que permitan hacer un uso razonable de los recursos naturales y alcanzar un desarrollo sustentable.

El estudio realizado a los documentos rectores de la educación ambiental permitió concluir que para trabajar la dimensión ambiental en la carrera Ingeniería en Gestión Gerencial en la Universidad Metropolitana de Ecuador los estudiantes deben comprender los problemas ambientales que existen en su entorno.

## Anexo 60

### ENCUESTA DE CAPACIDADES DINAMICAS

**Objetivo:** Identificar las capacidades dinámicas que actualmente tiene la organización para determinar la adaptación que tiene conforme a los cambios en el entorno y mejorar ciertos procesos.

#### Información general

Cargo del encuestado \_\_\_\_\_

Fecha de la Encuesta \_\_\_\_\_

#### Instrucciones para responder la encuesta

A continuación, encontrara preguntas que puede contestar marcando un visto (✓) de acuerdo a su conocimiento de la organización.

- 1) **Las nuevas oportunidades para servir a los clientes son entendidas rápidamente por los colaboradores.**
  - Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 2) **¿Los gerentes parecen estar abiertos a nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas?**
  - Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 3) **¿Los gerentes están interesados en que la manera de responder ante circunstancias imprevistas sea conocida por todos?**
  - Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 4) **¿La gerencia ha intentado iniciar proyectos e introducir innovaciones?**

- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 5) **¿La estructura de la empresa facilita la creación de nuevo conocimiento?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 6) **¿La búsqueda de información pertinente sobre el sector es una tarea diaria en la empresa?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 7) **¿Se Analiza e interpreta rápidamente las demandas cambiantes del mercado?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 8) **¿La empresa tiene un amplio número de alianzas con otras organizaciones?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 9) **¿Los colaboradores son capaces de aplicar nuevo conocimiento en sus actividades?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 10) **¿La administración motiva a los colaboradores a utilizar fuentes de información del sector?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo

- 11) ¿La dirección organiza reuniones periódicas para el intercambio de novedades, nuevos desarrollos, problemas y logros?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 12) ¿Los gerentes reconocen el valor de la nueva información, la asimilan y la aplican?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 13) ¿La empresa crea constantemente estrategias para adaptarse al entorno de cambio?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 14) ¿La organización actualiza a los empleados sobre los cambios que ocurren?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 15) ¿La empresa constante mente mantiene su enfoque a las necesidades del cliente?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo
- 16) ¿Los empleados son capaces de aplicar los nuevos conocimientos en su puesto de trabajo?**
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Regular
  - En desacuerdo
  - Muy en desacuerdo

## Referencias

- Briñez, M., & Penagos, M. (2021). La Sostenibilidad como Estrategia Competitiva en empresas del sector Construcción del Departamento de Antioquia - Colombia. *TELOS*, 23(2), 19. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7920867>
- González, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 6. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052020000100133>
- Patiño, A., Escoto, F., Ortega, A., Rangel, M., & Vargas, A. (2022). Estrategias de microempresas dedicadas a la elaboración de queso artesanal en el trópico de México. *Estudios Gerenciales*, 38(164), 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.164.5038>
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, Y., & Romero, M. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(4), 2. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687051>
- Acevedo, L., & Albornoz, N. (2019). Revisión teórica de las capacidades dinámicas empresariales. *Pensamiento & Gestión*, 1(46), 278. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64664303010>
- Acevedo, Y., Botero, C., Valencia, A., & Bran, L. (2020). Formulación de modelos de gestión del conocimiento aplicados al contexto de instituciones de educación superior. *Información tecnológica*, 31(1), 9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100103>
- Aguilar, M., & Salazar, J. (2019). Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico. *Revista EAN*, 1(87), 152. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2412>
- Alban, G., Arguello, A., & Molina, N. (16 de Julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. <https://doi.org/https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Alcívar, M., Alarcón, C., & Ferrin, H. (2020). Talento humano y la gestión del conocimiento en las microempresas. *Podium*, 1(37), 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.31095/podium.2020.37.6>
- Alfonso, R., Rodríguez, F., & Suárez, R. (2021). La gestión de innovación fuente de ventajas competitivas en hoteles de categoría superior, del destino Manta-Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(45), 13. [https://doi.org/http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2528-79072021000100017](https://doi.org/http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000100017)
- Aliaga, F., Gutiérrez, C., & Fernández, A. (2018). Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO. *Revista de Investigación Educativa*, 36(2), 564-565. <https://doi.org/https://doi.org/10.6018/rie.36.2.312461>



- Armas , W., Zapata, G., Sigala, L., & Rueda, M. (2022). EL LIDERAZGO COMO COMPONENTE DE LAS CAPACIDADES DINAMICAS DE LAS ORGANIZACIONES. *Pensamiento & Gestión*(52), 3. <https://doi.org/https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/15158>
- Avila, H., Gonzalez, M., & Licea, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didáctica Y educación*, 11(3), 72-73. <https://doi.org/https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Barrios, K., Olivero, E., & Figeroa, B. (2020). Condiciones de la gestión del talento humano que favorecen el desarrollo de capacidades dinámicas. *Información tecnológica*, 31(2), 7. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200055>
- Cadrazco, W., Zapata, Á., & Lombana, J. (2021). Capacidades dinámicas: aportes y tendencias. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(1), 326. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7922015>
- Cárdenas, M. (2022). Impacto de la comunicación organizacional en los niveles de desempeño del personal de la empresa fideos paraíso , periodo octubre 2021-marzo 2022. *Universidad Tecnica Saleciana*, 77-78. <https://doi.org/https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23839/1/UPS-CT010204.pdf>
- Cisneros, A., Guevara, A., Urdánigo, J., & Garcés, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 8(1), 6. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383508>
- Correa, A., Benjumea, M., & Valencia, A. (2019). La gestión del conocimiento: Una alternativa para la solución de problemas educacionales. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15359/ree.23-2.1>
- De la Cruz, P. (2020). El hipotético-deductivismo en la explicación de las ciencias sociales. *Universidad Nacional del Centro del Perú*, 10(18), 7. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/5709/570968990003/html/#:~:text=El%20hipot%C3%A9tico%2Ddeductivismo%20puede%20ser,pr%C3%B3ximos%20como%3A%20deducci%C3%B3n%20e%20hip%C3%B3tesis>
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 147. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Donawa, Z., & Gámez, w. (2019). Ausencia de habilidades gerenciales para una cultura de innovación universitaria en instituciones de Colombia y Venezuela. *Universidad y empresa*, 21(36), 8-35. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.5961>

- Espinoza, E. (2018). El Problema de Investigación. *Conrado*, 14(64), 4. [https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442018000400022](https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400022)
- Fernández, V. H. (17 de 7 de 2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65-76. <https://doi.org/https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Freire, E. (2020). El objetivo en la investigación. *Metropolitana de ciencias aplicadas*, 3(2), 206-2015. <https://doi.org/https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/290>
- Galarza, C. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmérica*, 9(3), 2-3. <https://doi.org/https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- García , J., & Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información Tecnológica*, 31(6), 4. <https://doi.org/https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n6/0718-0764-infotec-31-06-159.pdf>
- García, M., & Capa, L. (2021). La dimensión ambiental desde la asignatura desarrollo gerencial la universidad metropolitana de Ecuador. *Revista Conrado*, 17(79), 360-364. <https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n79/1990-8644-rc-17-79-360.pdf>
- García, P., Villasana , L., & Flores, É. (2021). La gestión del conocimiento, pasado, presente y futuro. Una revisión de la literatura. *Trascender, contabilidad y gestión*, 6, 23. <https://doi.org/https://doi.org/10.36791/tcg.v0i18.128>
- Gómez, A., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergia México*, 63(2), 202. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Gómez, E. (2020). ANALISIS CORRELACIONAL DE LA FORMACIÓN ACADÉMICO-PROFESIONAL Y CULTURA TRIBUTARIA DE LOS ESTUDIANTES DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. *Universidad y Sociedad*, 12(6), 2. <https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>
- Gomez, G. (2020). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Mediterranea*, 1(1), 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/MEDCOM000018>
- González, L., & Acosta, E. (2021). Capacidades Dinámicas de Gestión de los gerentes de las pymesen la adopción del comercio electrónico nacional y transfronterizo. *Nova Scientia*, 13(27), 6. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8987748>
- Gonzalez, T., Garcia , I., & López, A. (2018). la definición d eobjetivo de investigación. *Universidad de Sevilla*, 1(1), 56-63.

[https://doi.org/https://bib.us.es/educacion/sites/bib3.us.es.educacion/files/poat2016\\_2\\_3\\_2\\_objetivos\\_de\\_investigacion.pdf](https://doi.org/https://bib.us.es/educacion/sites/bib3.us.es.educacion/files/poat2016_2_3_2_objetivos_de_investigacion.pdf)

- Granizo, T. (2015). *Acuerdo ALU Ministerio del ambiente*. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/ACUERDO-ALU-Reformado-03-05-18.pdf>
- Guachichulca, B., & Mayancela, W. (2021). “ANÁLISIS DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DEL SERVICIO AUTOMOTRIZ EN LOS TALLERES DEL CANTÓN GUALACEO”. *Universidad Politécnica Salesiana*, *1*(1), 12. <https://doi.org/http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21286>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, *1*(1), 3. <https://doi.org/https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Gutiérrez, S., Villavicencio, J., Sánchez, M., Martínez, B., & Rodríguez, R. (2020). Validación de escalas para identificar la estrategia genérica y la cultura organizacional de las empresas pymes costarricenses. *Tec Empresarial*, *14*(2), 4. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18845/te.v14i2.5094>
- Hernández, S., & Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *ICEA*, *9*(17), 2. <https://doi.org/https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- INEC. (04 de 07 de 2022). *Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos*. INEC: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTM4MTU3NzgtOGE2YS00MDcxLTThiYzYtNDE0NzFmOTNhODBiIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWMtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- Leyva, J., & Guerra, Y. (2020). Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica. *Edumecentro*, *12*(3), 4. <https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/edu/v12n3/2077-2874-edu-12-03-241.pdf>
- Marciniak, R. (2017). Propuesta metodológica para el diseño del proyecto de curso virtual: aplicación piloto. *Aperura*, *9*(2), 74 - 95. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/ap.v9n2.991>
- Martínez, P., Montes, J., & García, A. (2022). Revisión de la medición de las capacidades dinámicas: una propuesta de indicadores para la industria del automóvil. *Esic*, *53*(1), 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.7200/esicm.53.283>
- Martínez, E., Jamín, L., & Rivera, P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista de Investigación Académica sin Frontera*, *5*(5), 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi37.463>

- Martínez, M., Saperas, E., & Carrasco, Á. (2019). La investigación sobre comunicación en España. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*(42), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23250>
- Martínez, M., Soperas, E., & Carrasco, Á. (2019). La investigación sobre comunicación en España. *Empira, Revista de metodología de las ciencias sociales*(75), 15. <https://doi.org/https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/13>
- Medina, J., Solarte, L., & Sánchez, L. (2021). CAPACIDAD Y MADUREZ EN PROSPECTIVA PARA ORGANIZACIONES INTENSIVAS EN CONOCIMIENTO. *Revista de Administración de Empresas*, 62(4), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/S0034-759020220411>
- Mendez, C. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Revista universidad y empresa*, 21(37), 28. <https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>
- Mendoza, L. (2022). La Innovación y la Ventaja Competitiva en Empresas Manufactureras. *SOTAVENTO*, 51. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01233734.n33.05>
- Morales, M., Duque, Y., & Ortiz, C. (2019). Modelo metodológico para el fortalecimiento de capacidades dinámicas de innovación en mipymes. *EAN*, 1(86), 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2286>
- Moreno, J., & Dueñas, B. (2018). Sistemas de información empresarial: la información como recurso estratégico. *Ciencias económicas y empresariales*, 4(1), 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v4i1.728>
- Morillo, J., Pulido, N., & Flechas, E. (2015). Componentes y dimensiones de la investigación formativa. *revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 12(3), 64. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/823/82343214004.pdf>
- Otero, J., Barros, I., & Prieto, G. (2006). El objetivo en el contexto de la dirección estratégica, el proceso docente y la investigación científica. *Revista cubana de salud pública*, 32(3), 8. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/214/21420864014.pdf>
- Ponce, H., Cervantes, D., & Escobar, B. (2021). Análisis de calidad de artículos educativos con diseños. *Iberoamericana para la investigación y el desarrollo Educativo*, 12(23), 26-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v12i23.981>
- Ponce, G., Segarra, M., & Peiró, A. (2020). Capacidades internas de las organizaciones que determinan su capacidad de absorción potencial y realizada. *Universidad Politécnica de Valencia*, 1(1), 56. <https://doi.org/https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/148719/Ponce%200->

%20Capacidades%20internas%20de%20las%20organizaciones%20que%20determinan%20su%20capacidad%20de%20absorci%C3%B3n%20poten....pdf?sequence=4

- Quisbert, M., & Ramírez, D. (2011). Objetivos de la investigación científica. *Revista de actuación clínica*, 10(1), 2. [https://doi.org/http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/raci/v10/v10\\_a03.pdf](https://doi.org/http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/pdf/raci/v10/v10_a03.pdf)
- Quispe, A., Pinto, D., Mariella, H., Gilda, B., & Andree, C. (2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 13(1), 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.131.627>
- Rivera, W. (2021). MODELO DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA CENTROS DE PRODUCTIVIDAD E INNOVACIÓN. *Telos*, 23(2), 3. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/993/99366775009/9936677509.pdf>
- Rotundo, Z. (2020). Capacidades dinámicas e innovación en las organizaciones. Una revisión de la literatura y proposiciones básicas. *Compendium*, 23(45), 13. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/880/88066290003/8806629003.pdf>
- Salazar, J., Salazar, P., & Guaigua, J. (2017). EL MARKETING RELACIONAL PARA MEJORAR LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL CANTÓN LATACUNGA-ECUADOR. *Educación ambiental, sostenibilidad y diseño curricular*, 6(5), 14. <https://doi.org/https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/271>
- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Uisrael*, 8(1), 113. <https://doi.org/https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sánchez, N. (2018). Consideración en relación con el problema de la investigación. *Revista cubana de información en ciencias de la salud*, 29(1), 2. <https://doi.org/https://www.medigraphic.com/pdfs/acimed/aci-2018/aci181h.pdf>
- Torres, A., & Monroy, J. (2020). El problema de la definición del problema de investigación. *Boletín Científico de la Escuela superior atotonilco de tula*, 1(13), 2. <https://doi.org/file:///C:/Users/User/Downloads/5265-%20Manuscrito-57320-1-10-20221010.pdf>

- Trillo, M., León, C., & López, R. (2022). La importancia de las capacidades dinámicas en el replanteamiento. *Revista de Estudios Andaluces (REA)*(43), 139. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.12795/rea.2022.i43.07>
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), 1. [https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662017000400014](https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014)
- Yáñez, M., Yáñez, J., & Morocho, J. (2018). importancia de los recursos humanos en la micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador. *universidad y Sociedad*, 10(2), 4. <https://doi.org/https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/829>
- Zambrano, J., & Dueñas, K. (2016). La articulación entre teoría, objetivos y metodología en la investigación social. *Dominio de la ciencias*, 2(1), 7. <https://doi.org/file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaArticulacionEntreTeoriaObjetivosYMetodologiaEnLa-5802929.pdf>