

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA**

**UNAN MANAGUA**

**CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL CARAZO**

**(CUR-CARAZO)**



**TÉSIS PARA OBTENER TÍTULO DE DOCTOR EN EDUCACIÓN E INTERVENCIÓN  
SOCIAL**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN**

**ACOMPañAMIENTO CONTABLE ESTRATÉGICO EN EL APRENDIZAJE DE LA  
MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA**

**AUTOR:**

**MSC. ERIKA JANETH NAVARRETE MENDOZA**

**TUTOR: DR. MARIO RAMÓN LÓPEZ**

**MANAGUA, NICARAGUA ENERO 2024**

## **i. Dedicatoria**

Primeramente, dedico este trabajo de tesis doctoral a Dios, ya que él supo guiarme por el buen camino, me dio la perseverancia para lograr mis objetivos y superación profesional.

A mis padres, mi esposo y mis hijas quienes me brindaron mucho amor, consejos, comprensión, ayuda en todo momento, apoyo incondicional y motivación constante, siendo mi fuerza para seguir adelante y ser mejor persona cada día.

## **ii. Agradecimiento**

Primordialmente agradezco a Dios Todo poderoso, porque sin su gracia no estuviera hoy aquí, por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida, permitiéndome alcanzar el final de esta etapa.

A mis maestros, quienes me dieron parte de su sabiduría y experiencia de los conocimientos que ahora poseo y son parte fundamental de mi crecimiento personal y profesional. En especial a mi tutor por compartir sus conocimientos y guiarme en este proceso.

Al Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN) y a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, quienes me han brindado la oportunidad de desarrollarme profesionalmente, logro que es posible gracias al Gobierno del FSLN.

### iii. Carta aval del tutor

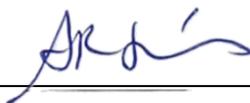
Señores Comisión del programa del Doctorado en Educación e Intervención Social.

Su despacho

Estimados:

En cumplimiento con lo establecido en los artículos 97,20 inciso a y b y 101 del Reglamento de sistema de estudios de posgrado y educación continua SEPEC-MANAGUA, aprobado por el Consejo Universitario en sesión ordinaria No. 21-2011, del 07 de octubre 2011, Por este medio dictamino el informe final de investigación de tesis para su defensa titulada: ***“Acompañamiento contable estratégico en el aprendizaje de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.”***. Realizada por la MSc: ***Erika Janeth Navarrete Mendoza***, como requisito para optar al título de ***Doctor en Educación e Intervención Social***, cumple con los requisitos establecidos en este reglamento. Como tutor de Tesis de la, MSc: ***Erika Janeth Navarrete Mendoza***, considero que contiene los elementos científicos, técnicos y metodológicos necesarios para ser sometidos a Defensa ante el Tribunal Examinador. El trabajo se enmarca en las líneas de investigación del programa de Maestría referido a la solución de ***“Educación e Intervención Social”***.

Dado en la ciudad de Managua, Nicaragua a los 10 días del mes de enero del año dos mil veinticuatro.



---

**Dr. Mario Ramón López**

**Tutor**

#### **iv. Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo analizar la lógica y entendimiento contable del Micro, pequeña y mediana empresa para el acompañamiento y aprendizaje emprendedor así como caracterizar el manejo de información y conocimiento contable para su funcionamiento por lo que se identifica las prácticas y procesos contables aplicados en las Micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras objetos de estudio es por ello que se establecieron la relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las micro, pequeño y mediano empresa para con los resultados obtenidos proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa.

La investigación partió de la existencia del paradigma positivista, de igual manera la investigación contiene un diseño metodológico, el tipo de investigación, los sujetos de estudio, así como los procesos las técnicas e instrumentos; de igual manera se realiza el proceso de la validación de los instrumentos.

Los resultados presumibles son que el programa de asesoramiento en los procesos de la información económica a las micro, pequeña y mediana empresa permitirá lograr alcanzar el desarrollo de las prácticas laborales internas y externas, investigativas y extensionistas mediante la vinculación con los ámbitos de actuación y campos de acción , lo que permite a los docentes y estudiantes contar con espacios para el desarrollo del currículo por competencias en actividades de aprendizaje reales, aportando en la educación e intervención social.

*Palabras Claves:* acompañamiento, contabilidad, estrategias, MIPYME.

#### **iv. Abstrac**

The objective of this research is to analyze the accounting logic and understanding of Micro, Small and Medium Enterprises for entrepreneurial support and learning, as well as to characterize the management of accounting information and knowledge for its operation, thus identifying the accounting practices and processes applied in the micro, small and medium enterprises that are pro-entrepreneurs are the objects of study, which is why the relationship was established between the application of the accounting process to support the pro-entrepreneurial development of micro, small and medium enterprises, and with the results obtained, propose the advisory program. in the accounting information processes for micro, Small and medium enterprises.

The research started from the existence of the positivist paradigm, in the same way the research contains a methodological design, the type of research, the study subjects, as well as the processes, techniques and instruments; In the same way, the validation process of the instruments is carried out.

The presumed results are that the advisory program in the economic information processes for Micro, Small and Medium Enterprises will allow the development of internal and external, investigative and extension work practices through linkage with the areas of action and fields. of action, which allows teachers and students to have spaces for the development of the curriculum by competencies in real learning activities, contributing to education and social intervention.

*Keywords:* support, accounting, strategies, MSME.

## índice

i. Dedicatoria.....	i
ii. Agradecimiento.....	ii
iii. Carta aval del tutor.....	iii
iv. Resumen.....	iv
iv. Abstrac.....	v
I. Primera Parte. Contexto y ámbito.....	xix
I. Introducción.....	1
1.1. Justificación.....	5
1.2. Planteamiento del problema.....	7
1.3. Formulación del problema.....	10
1.4 Objetivos.....	13
1.4.1 <i>Objetivo General</i> .....	13
1.4.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	13
II. Segunda Parte. Fundamentación teórica de la investigación.....	14
Capítulo I. Fundamentación de la investigación.....	15
Capítulo II. Estado de la cuestión.....	18
Capítulo III. Marco teórico.....	45
3.1 Educación.....	45
3.1.1 <i>Ontología</i> .....	45
3.1.3 <i>Enfoque epistemológico general</i> .....	45
3.1.4 <i>Enfoque epistemológico específico</i> .....	46
3.1.5 <i>Educación como una organización social</i> .....	46
3.1.6 <i>Socialización como aprendizaje de comportamientos</i> .....	48
3.1.7 <i>La educación en la sociedad del conocimiento</i> .....	49
3.1.8 <i>Sociedad de la información hacia la sociedad del conocimiento</i> .....	52
3.1.9 <i>Competencias</i> .....	53
3.1.10 <i>Innovación pedagógica</i> .....	60
3.1.11 <i>Currículo integrado</i> .....	60
3.1.12 <i>Componentes curriculares integradores</i> .....	61
3.1.13 <i>Estrategia de evaluación</i> .....	61

3.1.14 Evaluación por competencias .....	61
3.1.15 Investigación educativa .....	62
3.1.16 Prácticas de formación profesional .....	62
3.1.17 Prácticas laborales extensionistas .....	62
3.1.18 Prácticas laborales investigativas .....	63
3.1.19 Pasantía .....	63
3.1.20 Producto integrador .....	64
3.1.21 Acción integradora .....	64
<b>3.2 Procesos contables a MIPYME .....</b>	<b>64</b>
3.2.1 Contabilidad .....	64
3.2.2 Objetivos de la contabilidad .....	67
3.2.3 Importancia de la contabilidad a través del conocimiento de sus razones y fines .....	68
3.2.4 Los propósitos fundamentales de la contabilidad .....	69
3.2.5 Finalidad de la contabilidad .....	70
3.2.6 Contabilidad en el campo del conocimiento y su función social .....	70
<b>3.3 Desarrollo emprendedor .....</b>	<b>71</b>
3.3.1 Definición de emprendimiento .....	71
3.3.2 Importancia del emprendimiento .....	71
3.3.3 Teorías sobre emprendimiento .....	73
3.3.4 Tipos de emprendimientos .....	74
3.3.5 MIPYME .....	77
3.3.6 Concepto de la MIPYME .....	81
3.3.7 Importancia de la MIPYME .....	82
3.3.8 Características de las MIPYME .....	83
3.3.9 Objetivos de desarrollo sostenible .....	84
3.3.10 Estrategias indicativas .....	88
<b>3.4 Programas de asesoría .....</b>	<b>89</b>
3.4.1 Modelo financiero .....	91
3.4.2 Objetivo .....	92
3.4.3 Tipos de modelo .....	92
<b>III. Tercera Parte. Diseño Metodológico .....</b>	<b>94</b>

<b>Capítulo IV. Marco general del diseño metodológico</b> .....	95
<b>4.1. Paradigma de la investigación</b> .....	95
<i>4.1.1 Tipo de estudio</i> .....	96
<i>4.1.2 Tipo de enfoque</i> .....	97
<i>4.1.3 Estudios de caso como técnica de investigación</i> .....	98
<b>4.2 Tipo de investigación según tipologías</b> .....	101
<i>4.2.1 Investigación por su finalidad</i> .....	101
<i>4.2.2 Grado de profundidad de la investigación</i> .....	101
<i>4.2.3 Investigación según el contexto</i> .....	102
<i>4.2.4 Investigación según el alcance temporal</i> .....	102
<b>4.3 Sujetos de la investigación</b> .....	102
<i>4.3.1 Población</i> .....	102
<i>4.3 Selección de la muestra</i> .....	103
<i>4.3.1 Selección de informantes</i> .....	106
<b>4.4 Operacionalización de variable</b> .....	107
<b>4.5 Proceso de investigación</b> .....	116
<b>4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos</b> .....	118
<i>4.6.1 Entrevista</i> .....	119
<i>4.6.2 Guía de revisión documental</i> .....	120
<i>4.6.3 Guía de observación</i> .....	120
<i>4.6.4 Encuestas</i> .....	121
<i>4.6.5 Cuestionario</i> .....	122
<i>4.6.6 Grupo focal</i> .....	123
<b>4.7. Validez de contenido de los instrumentos de recogida de datos</b> .....	124
<i>4.7.1 Validación de los instrumentos de recogida de datos</i> De acuerdo con Hernández Sampieri et al (2010), la confiabilidad de un instrumento “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que se pretende medir” (p. 200).....	125
<i>4.7.2 Juicio de expertos</i> .....	125
<i>4.7.3. Pasos para obtener el juicio de expertos</i> .....	127
<i>4.7.4 Validación por grupo control o pilotaje</i> .....	135
<i>4.7.5. Métodos de análisis de la fiabilidad</i> .....	141
<i>4.7.6 El proceso de triangulación</i> .....	141

4.7.7. Alfa de Cronbach.....	142
<b>IV. Cuarta Parte. Análisis e interpretación de los resultados .....</b>	<b>150</b>
<b>Capítulo V. Análisis e interpretación de los resultados .....</b>	<b>151</b>
<b>5.1 Manejo de información y conocimiento contable de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas para su funcionamiento.....</b>	<b>151</b>
5.1.1 Datos generales.....	152
5.1.2 Situación del negocio .....	160
5.1.3 Organización .....	180
5.1.4 Control.....	215
<b>5.2 Sistematización de prácticas y procesos contables aplicados en las Micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras.....</b>	<b>224</b>
5.2.1. Procesos contables.....	224
5.2.2. Sistematización de avances en emprendimientos .....	249
5.2.2.1 Emprendimiento caso 1. ....	249
5.2.2.2 Emprendimiento caso 2. ....	253
5.2.2.3 Emprendimiento caso 3. ....	256
5.2.2.4 Emprendimiento caso 4. ....	257
5.2.2.5 Emprendimiento caso 5. ....	258
5.2.2.6 Emprendimiento caso 6. ....	263
5.2.2.7 Emprendimiento caso 7. ....	266
<b>5.3 Relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas .....</b>	<b>279</b>
5.3.1 Situación financiera-registros contables .....	280
5.3.2 Comercialización .....	288
5.3.3 Precios.....	301
5.3.4 Información de crédito .....	322
5.3.5. Acompañamiento al desarrollo pro emprendedor .....	358
<b>5.4 Programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las Micro, Pequeña y Mediana Empresa.....</b>	<b>363</b>
5.4.1 Introducción de la propuesta .....	363
5.4.2 Justificación de la propuesta.....	364
5.4.3 Objetivo de la propuesta .....	365

5.4.4	<i>Factores claves de la propuesta</i> .....	366
5.4.5	<i>Direccionamiento estratégico</i> .....	367
5.4.6	<i>Gestión de acompañamiento económico en la enseñanza- aprendizaje</i> .....	367
5.4.7	<i>Componentes claves para el desarrollo de dicha estrategia</i> .....	369
5.4.7.1	<i>Currículo integrado</i> .....	370
5.4.7.2	<i>Ejes verticales</i> .....	370
5.4.7.3	<i>Componentes curriculares integradores</i> .....	370
5.4.7.4	<i>Estrategia de evaluación</i> .....	371
5.4.7.5	<i>Evaluación por competencias</i> .....	371
5.4.7.6	<i>Prácticas de formación profesional</i> .....	372
5.4.7.7	<i>Prácticas laborales extensionistas e investigativas</i> .....	372
5.4.7.8	<i>Pasantía</i> .....	373
5.4.7.9	<i>Producto integrador</i> .....	373
5.4.7.10	<i>Acción integradora</i> .....	373
5.4.8	<i>Gestión de infraestructura</i> .....	376
5.4.9	<i>Monitoreo y seguimiento</i> .....	377
5.4.10	<i>Resultados presumibles</i> .....	378
5.4.11	<i>Consideraciones finales</i> .....	379
<b>V. Quinta Parte. Conclusiones y recomendaciones</b> .....		380
<b>Capítulo VI. Conclusiones</b> .....		381
<b>Capítulo VII. Recomendaciones</b> .....		388
<b>Capítulo VIII. Limitaciones e implicaciones</b> .....		390
8.1	<b>Limitaciones</b> .....	390
8.2	<b>Implicaciones</b> .....	391
<b>IX. Referencias</b> .....		393
<b>X. Anexos</b> .....		414

## índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Resumen del estado del arte</i> .....	40
<b>Tabla 2.</b> Clasificación de MIPYME.....	82
<b>Tabla 3.</b> Muestra .....	105
<b>Tabla 4.</b> Operacionalización de Variables .....	108
<b>Tabla 5.</b> Comprensión del cuestionario al grupo de Pilotaje.....	136
<b>Tabla 6.</b> Comprensión del cuestionario al grupo de Pilotaje con respecto a preguntas .....	137
<b>Tabla 7.</b> <i>Introducir o eliminar preguntas Pilotaje</i> .....	138
<b>Tabla 8.</b> <i>Introducir o eliminar preguntas</i> .....	139
<b>Tabla 9.</b> <i>Interpretación coeficiente Alpha de Cronbach</i> .....	144
<b>Tabla 10.</b> Resumen de procesamiento de casos Alfa Cronbach.....	148
<b>Tabla 11.</b> Estadísticas de fiabilidad.....	148
<b>Tabla 12.</b> Estadístico Edad del entrevistado .....	152
<b>Tabla 13.</b> Frecuencia Edad del entrevistado. ....	154
<b>Tabla 14.</b> Estadístico Nivel académico .....	158
<b>Tabla 15.</b> Frecuencia Nivel académico .....	159
<b>Tabla 16.</b> Estadístico inicio del negocio (años) .....	160
<b>Tabla 17.</b> Frecuencia inicio en años .....	161
<b>Tabla 18.</b> Estadístico con cuántos trabajadores cuenta su empresa .....	165
<b>Tabla 19.</b> Frecuencia con cuántos trabajadores cuenta su empresa .....	166
<b>Tabla 20.</b> Actividad Económica.....	168
<b>Tabla 21.</b> Registro ante Instituciones .....	172
<b>Tabla 22.</b> Debilidades empresariales, respuestas múltiples. ....	174
<b>Tabla 23.</b> Utilización de herramienta de planificación .....	178
<b>Tabla 24.</b> Componentes de las MIPYME .....	181
<b>Tabla 25.</b> Tipo de organización.....	182
<b>Tabla 26.</b> Registro de MIPYME .....	184
<b>Tabla 27.</b> Cuentan con Manuales .....	187
<b>Tabla 28.</b> Proceso de reclutamiento .....	188
<b>Tabla 29.</b> Estadístico Pasos para seleccionar a un colaborador .....	190
<b>Tabla 30.</b> Frecuencia Pasos para seleccionar a un colaborador .....	191
<b>Tabla 31.</b> Frecuencia para contratar el personal.....	194
<b>Tabla 32.</b> Estadístico Brindan inducción a los colaboradores.....	195
<b>Tabla 33.</b> Frecuencia Brindan inducción a los colaboradores.....	196
<b>Tabla 34.</b> Estadísticos. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores.....	198
<b>Tabla 35.</b> Frecuencia. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores .....	199
<b>Tabla 36.</b> Tipo de prestaciones proporciona a sus colaboradores. Respuesta múltiple.....	200
<b>Tabla 37.</b> Estadísticos. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores.....	202
<b>Tabla 38.</b> Frecuencia. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores .....	203

<b>Tabla 39.</b> Estadísticos. Fase en que se encuentra su empresa .....	204
<b>Tabla 40.</b> Frecuencia. Fase en que se encuentra su empresa.....	205
<b>Tabla 41.</b> Factores que le han permitido llegar hasta estas fases de su empresa.....	207
<b>Tabla 42.</b> Estadísticos. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio .....	212
<b>Tabla 43.</b> Frecuencia. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio.....	213
<b>Tabla 44.</b> Estadísticos. Aplica algún tipo de control en su organización.....	215
<b>Tabla 45.</b> Frecuencia. Aplica algún tipo de control en su organización .....	216
<b>Tabla 46.</b> Estadísticos. Lleva a cabo el proceso del control.....	217
<b>Tabla 47.</b> Frecuencia. Lleva a cabo el proceso del control .....	218
<b>Tabla 48.</b> Estadísticos. En qué áreas realiza el proceso de control .....	219
<b>Tabla 49.</b> Frecuencia. En qué áreas realiza el proceso de control.....	220
<b>Tabla 50.</b> Estadísticos. Control de ingresos y egresos .....	222
<b>Tabla 51.</b> Frecuencia. Control de ingresos y egresos.....	223
<b>Tabla 52:</b> Lista de recetas desarrolladas en Sivareña en últimos tres años. ....	270
<b>Tabla 53.</b> Estructura del Costo unitario de pizza. ....	273
<b>Tabla 54:</b> Distribución del portafolio según el Margen de contribución. ....	273
<b>Tabla 55:</b> Nueva distribución a partir de análisis de Gerencia en Modelo implementado.....	278
<b>Tabla 56.</b> Elabora estados financieros. Respuesta Múltiple.....	280
<i>Tabla 57.</i> Estadísticos. Herramientas si elaboran Estados Financieros.....	282
<b>Tabla 58.</b> Frecuencia. Herramientas si elaboran Estados Financieros .....	283
<b>Tabla 59.</b> Estadístico. Actividades de control.....	285
<b>Tabla 60.</b> Frecuencia. Actividades de control.....	286
<b>Tabla 61.</b> Estadísticos. Cómo vende su producto o servicio.....	288
<i>Tabla 62.</i> Frecuencia. Cómo vende su producto o servicio .....	289
<b>Tabla 63.</b> Estadísticos. Ha participado en ferias .....	291
<b>Tabla 64.</b> Frecuencia. Ha participado en ferias.....	292
<b>Tabla 65.</b> Estadísticos. La demanda de sus productos .....	295
<b>Tabla 66.</b> Frecuencia. La demanda de sus productos.....	296
<b>Tabla 67.</b> Estadístico. Número de proveedores.....	297
<b>Tabla 68.</b> Frecuencia. Número de proveedores.....	298
<b>Tabla 69.</b> Estadístico. Competidores de la empresa.....	299
<b>Tabla 70.</b> Frecuencia. Competidores de la empresa.....	300
<b>Tabla 71.</b> Estadísticos. Los clientes condicionan los precios de sus productos .....	301
<b>Tabla 72.</b> Frecuencia. Los clientes condicionan los precios de sus productos.....	302
<b>Tabla 73.</b> Estadísticos. Toma en cuenta los precios de la competencia .....	303
<b>Tabla 74.</b> Frecuencia. Toma en cuenta los precios de la competencia.....	304
<b>Tabla 75.</b> Estadísticos. Establece sus precios según sus costos o margen .....	305
<b>Tabla 76.</b> Frecuencia. Establece sus precios según sus costos o margen.....	306
<b>Tabla 77.</b> Estadísticos. Forma de presentación del producto .....	307
<b>Tabla 78.</b> Frecuencia. Forma de presentación del producto.....	308
<b>Tabla 79.</b> Estadístico. Realizan planes de producción por escrito .....	312

<b>Tabla 80.</b> Frecuencia. Realizan planes de producción por escrito .....	313
<b>Tabla 81.</b> Estadístico. Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio .....	314
<b>Tabla 82.</b> Frecuencia. Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio .....	315
<b>Tabla 83.</b> Estadístico. Cómo considera la productividad de su mano de obra .....	316
<b>Tabla 84.</b> Frecuencia. Cómo considera la productividad de su mano de obra .....	317
<b>Tabla 85.</b> Inversión en los últimos 12 meses. Respuesta Múltiple .....	321
<b>Tabla 86.</b> Estadístico. Ha recibido Crédito en el último año.....	323
<b>Tabla 87.</b> Frecuencia. Ha recibido Crédito en el último año.....	324
<b>Tabla 88.</b> Estadístico. Tiene Crédito en este momento .....	325
<b>Tabla 89.</b> Frecuencia. Tiene Crédito en este momento .....	326
<b>Tabla 90.</b> Estadístico. Apoyo económico para su empresa .....	327
<b>Tabla 91.</b> Tabla. Frecuencia. Apoyo económico para su empresa .....	328
<b>Tabla 92.</b> Estadístico. Acceso a financiamiento.....	329
<b>Tabla 93.</b> Frecuencia. Acceso a financiamiento.....	330
<b>Tabla 94.</b> Estadístico. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera .....	331
<b>Tabla 95.</b> Frecuencia. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera .....	332
<b>Tabla 96.</b> Necesidad de capacitación o asistencia. Respuesta Múltiple.....	335
<b>Tabla 97.</b> Estadístico. Tiene personal que le lleve controles contables .....	337
<b>Tabla 98.</b> Frecuencia. Tiene personal que le lleve controles contables. ....	338
<b>Tabla 99.</b> Estadístico. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica. ....	339
<b>Tabla 100.</b> Frecuencia. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica .....	340
<b>Tabla 101.</b> Estadístico. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia .....	341
<b>Tabla 102.</b> Frecuencia. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia .....	342
<b>Tabla 103.</b> Fortalezas y debilidades de las MIPYME.....	345

## índice de Ilustraciones

<b>Ilustración 1.</b> Niveles de análisis de la realidad psicosocioeducativa. ....	48
<b>Ilustración 2.</b> Niveles de análisis de la realidad psicosocioeducativa. ....	49
<i>Ilustración 3.Práctica elemental.</i> .....	50
<i>Ilustración 4.Características de la sociedad del conocimiento.</i> .....	51
<b>Ilustración 5.</b> Triángulo invertido para Emprendedores .....	73
<b>Ilustración 6.</b> Fórmula para el cálculo de Alpha de Cronbach .....	143
<b>Ilustración 7.</b> Clasificación de MIPYME .....	167
<b>Ilustración 8.</b> Debilidades empresariales. ....	176
<b>Ilustración 9.</b> Otras herramientas de planificación. ....	179
<i>Ilustración 10.Consideraciones de Organización Informal</i> .....	186
<i>Ilustración 11.Otro tipo de opción para seleccionar al personal</i> .....	192
<b>Ilustración 12.</b> Productos o servicios de las MIPYME.....	209
<b>Ilustración 13.</b> Grupo focal.....	224
<b>Ilustración 14.</b> Grupo focal.....	226
<b>Ilustración 15.</b> Grupo Focal.....	227
<i>Ilustración 16.Etapas de Aprendizaje</i> .....	231
<b>Ilustración 17.</b> Emprendimiento 1 SIJO .....	249
<b>Ilustración 18.</b> Problemas Emprendimiento 1. ....	250
<b>Ilustración 19.</b> Competencias Emprendimiento 1.....	251
<b>Ilustración 20.</b> Soluciones Emprendimiento 1.....	252
<b>Ilustración 21.</b> Emprendimiento Caso 1. ....	252
<b>Ilustración 22.</b> Crecimiento en ventas Emprendimiento Caso 1. ....	253
<b>Ilustración 23.</b> Emprendimiento Caso 2. ....	253
<i>Ilustración 24.Emprendimiento Caso 3</i> .....	256
<b>Ilustración 25.</b> Emprendimiento Caso 3. ....	257
<b>Ilustración 26.</b> Emprendimiento Caso 4. ....	257
<b>Ilustración 27.</b> Emprendimiento Caso 5. ....	259
<i>Ilustración 28.Emprendimiento Caso 5</i> .....	259
<i>Ilustración 29.Modelo de negocio Emprendimiento Caso 5.</i> .....	260
<i>Ilustración 30: Equipo Emprendimiento Caso 5.</i> .....	262
<b>Ilustración 31.</b> Puntos de venta Emprendimiento Caso 5.....	262
<b>Ilustración 32.</b> Solución Emprendimiento Caso 6. ....	264
<b>Ilustración 33.</b> Mercado y Competencias Emprendimiento Caso 6. ....	264
<b>Ilustración 34.</b> Estrategia de crecimiento Emprendimiento Caso 6.....	265
<i>Ilustración 35.Resultados alcanzados Emprendimiento Caso 6.</i> .....	265
<b>Ilustración 36.</b> Plaza móvil de venta de Sivareña Pizza .....	268
<b>Ilustración 37.</b> Equipo permanente de Sivareña Pizza. ....	269
<b>Ilustración 38.</b> Ambiente inicial del nuevo local, aún sin techo.....	269

<b>Ilustración 39.</b> Modelo Financiero .....	276
<b>Ilustración 40.</b> Otros tipos de actividades de control.....	288
<b>Ilustración 41.</b> Participación de las MIPYME en Ferias. ....	293
<b>Ilustración 42.</b> Participación de las MIPYME en Ferias. ....	294
<b>Ilustración 43.</b> Factores para aumento de las ventas. ....	310
<i>Ilustración 44.</i> Factores para mejorar la calidad de productos o servicios. ....	319
<b>Ilustración 45.</b> Capacitación o asistencia Contable Financiera .....	334
<b>Ilustración 46.</b> Fortalezas de las MIPYME .....	344
<b>Ilustración 47.</b> Debilidades de las MIPYME.....	345
<b>Ilustración 48.</b> Informantes claves de acompañamiento a MIPYME .....	359
<b>Ilustración 49.</b> Factores claves de la propuesta .....	366
<i>Ilustración 50.</i> Líneas de Investigación .....	368
<b>Ilustración 51.</b> Ejes Verticales .....	370
<i>Ilustración 52.</i> Estrategias de evaluación .....	371
<b>Ilustración 53.</b> Prácticas de Formación profesional.....	372
<i>Ilustración 54.</i> Acción integradora .....	373
<i>Ilustración 55.</i> Ámbito de Actuación.....	374
<i>Ilustración 56.</i> Vinculación de carreras con MIPYME.....	375
<i>Ilustración 57.</i> Estudios de Factibilidad .....	376
<b>Ilustración 58.</b> Monitoreo y seguimiento.....	377
<b>Ilustración 59.</b> Resultados Presumibles .....	378

## índice de Gráficas

<b>Gráfico 1.</b> Valoración de los aspectos básicos de los guiones para entrevista en profundidad.....	130
<b>Gráfico 2.</b> Valoración analítica del contenido de los guiones para entrevista en profundidad. ....	131
<b>Gráfico 3.</b> Comprensión del cuestionario por grupo de pilotaje .....	136
<b>Gráfico 4.</b> Comprensión del cuestionario por grupo de pilotaje con respecto a preguntas .....	137
<b>Gráfico 5.</b> <i>Introducir o eliminar preguntas Pilotaje</i> .....	138
<b>Gráfico 6.</b> <i>Extensión del cuestionario</i> .....	140
<b>Gráfico 7.</b> Estadístico Edad del entrevistado. ....	153
<b>Gráfico 8.</b> Frecuencia Edad del entrevistado .....	156
<b>Gráfico 9.</b> Frecuencia Sexo del entrevistado.....	157
<b>Gráfico 10.</b> Nivel académico del entrevistado .....	158
<b>Gráfico 11.</b> <i>Frecuencia nivel académico</i> .....	159
<b>Gráfico 12.</b> <i>Estadístico inicio del negocio (años)</i> .....	161
<b>Gráfico 13.</b> <i>Estadístico inicio del negocio (años)</i> .....	164
<b>Gráfico 14.</b> Estadístico con cuántos trabajadores cuenta su empresa .....	165
<b>Gráfico 15.</b> <i>Frecuencia con cuántos trabajadores cuenta su empresa</i> .....	166
<b>Gráfico 16.</b> <i>Actividad económica de MIPYME</i> .....	169
<b>Gráfico 17.</b> <i>Registro ante Instituciones</i> .....	173
<b>Gráfico 18.</b> <i>Debilidades empresariales, respuestas múltiples</i> .....	175
<b>Gráfico 19.</b> Utilización de herramienta de planificación .....	178
<b>Gráfico 20.</b> <i>Componentes de las MIPYME</i> .....	181
<b>Gráfico 21.</b> <i>Tipo de organización</i> .....	183
<b>Gráfico 22.</b> Registro de MIPYME .....	185
<b>Gráfico 23.</b> <i>Cuentan con Manuales</i> .....	187
<b>Gráfico 24.</b> <i>Proceso de reclutamiento</i> .....	189
<b>Gráfico 25.</b> <i>Estadístico Pasos para seleccionar a un colaborador</i> .....	190
<b>Gráfico 26.</b> <i>Frecuencia Pasos para seleccionar a un colaborador</i> .....	191
<b>Gráfico 27.</b> Estadísticos Aspectos para seleccionar al personal.....	193
<b>Gráfico 28.</b> Frecuencia para contratar el personal.....	194
<b>Gráfico 29.</b> Estadístico Brindan inducción a los colaboradores.....	196
<b>Gráfico 30.</b> Frecuencia Brindan inducción a los colaboradores.....	197
<b>Gráfico 31.</b> <i>Estadísticos. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores</i> .....	198
<b>Gráfico 32.</b> Frecuencia. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores .....	199
<b>Gráfico 33.</b> Tipo de prestaciones proporciona a sus colaboradores. Respuesta múltiple.....	201
<b>Gráfico 34.</b> Estadísticos. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores.....	202
<b>Gráfico 35.</b> Frecuencia. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores .....	203
<b>Gráfico 36.</b> Estadísticos. Fase en que se encuentra su empresa .....	204
<b>Gráfico 37.</b> Frecuencia. Fase en que se encuentra su empresa.....	206
<b>Gráfico 38.</b> Factores que le han permitido llegar hasta estas fases de su empresa .....	208

<b>Gráfico 39.</b> Estadísticos. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio .....	213
<b>Gráfico 40.</b> Frecuencia. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio.....	214
<b>Gráfico 41.</b> Estadísticos. Aplica algún tipo de control en su organización.....	215
<b>Gráfico 42.</b> Frecuencia. Aplica algún tipo de control en su organización .....	216
<b>Gráfico 43.</b> Estadísticos. Lleva a cabo el proceso del control.....	217
<b>Gráfico 44.</b> Frecuencia. Lleva a cabo el proceso del control .....	218
<b>Gráfico 45.</b> Estadísticos. En qué áreas realiza el proceso de control .....	219
<b>Gráfico 46.</b> Frecuencia. En qué áreas realiza el proceso de control.....	221
<b>Gráfico 47.</b> Gráfica. Estadísticos. Control de ingresos y egresos .....	222
<b>Gráfico 48.</b> <i>Frecuencia. Control de ingresos y egresos</i> .....	223
<b>Gráfico 49.</b> Crecimiento en ventas Emprendimiento Caso 2.....	254
<b>Gráfico 50.</b> Crecimiento en ventas Emprendimiento Caso 2 .....	255
<b>Gráfico 51.</b> Crecimiento Emprendimiento Caso 5.....	261
<b>Gráfico 52.</b> Ingresos por categoría de productos Sivereña.....	272
<b>Gráfico 53.</b> Elabora estados financieros. Respuesta Múltiple.....	281
<b>Gráfico 54.</b> <i>Estadísticos. Herramientas si elaboran Estados Financieros</i> .....	283
<b>Gráfico 55.</b> Frecuencia. Herramientas si elaboran Estados Financieros .....	284
<b>Gráfico 56.</b> <i>Estadístico. Actividades de control</i> .....	285
<b>Gráfico 57.</b> Frecuencia. Actividades de control.....	287
<b>Gráfico 58.</b> Estadísticos. Cómo vende su producto o servicio.....	289
<b>Gráfico 59.</b> Frecuencia. Cómo vende su producto o servicio .....	290
<b>Gráfico 60.</b> Estadísticos. Ha participado en ferias .....	291
<b>Gráfico 61.</b> <i>Frecuencia. Ha participado en ferias</i> .....	292
<b>Gráfico 62.</b> Estadísticos. La demanda de sus productos .....	295
<b>Gráfico 63.</b> Frecuencia. La demanda de sus productos.....	296
<b>Gráfico 64.</b> Estadístico. Número de proveedores.....	297
<b>Gráfico 65.</b> Frecuencia. Número de proveedores.....	298
<b>Gráfico 66.</b> Estadístico. Competidores de la empresa.....	299
<b>Gráfico 67.</b> Frecuencia. Competidores de la empresa.....	300
<b>Gráfico 68.</b> Estadísticos. Los clientes condicionan los precios de sus productos .....	302
<b>Gráfico 69.</b> Frecuencia. Los clientes condicionan los precios de sus productos.....	303
<b>Gráfico 70.</b> Estadísticos. Toma en cuenta los precios de la competencia .....	304
<b>Gráfico 71.</b> Frecuencia. Toma en cuenta los precios de la competencia.....	305
<b>Gráfico 72.</b> Estadísticos. Establece sus precios según sus costos o margen .....	306
<b>Gráfico 73.</b> <i>Frecuencia. Establece sus precios según sus costos o margen</i> .....	307
<b>Gráfico 74.</b> Estadísticos. Forma de presentación del producto .....	308
<b>Gráfico 75.</b> Frecuencia. Forma de presentación del producto.....	309
<b>Gráfico 76.</b> Estadístico. Realizan planes de producción por escrito .....	312
<b>Gráfico 77.</b> Frecuencia. Realizan planes de producción por escrito .....	313
<b>Gráfico 78.</b> Estadístico. Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio .....	314
<b>Gráfico 79.</b> Frecuencia. Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio .....	315

<b>Gráfico 80.</b> Estadístico. Cómo considera la productividad de su mano de obra.....	316
<b>Gráfico 81.</b> Frecuencia. Cómo considera la productividad de su mano de obra.....	318
<b>Gráfico 82.</b> Inversión en los últimos 12 meses. Respuesta Múltiple .....	322
<b>Gráfico 83.</b> Estadístico. Ha recibido Crédito en el último año .....	323
<b>Gráfico 84.</b> Frecuencia. Ha recibido Crédito en el último año .....	324
<b>Gráfico 85.</b> Estadístico. Tiene Crédito en este momento .....	325
<b>Gráfico 86.</b> Frecuencia. Tiene Crédito en este momento .....	326
<b>Gráfico 87.</b> Estadístico. Apoyo económico para su empresa.....	327
<b>Gráfico 88.</b> Frecuencia. Apoyo económico para su empresa.....	328
<b>Gráfico 89.</b> Estadístico. Acceso a financiamiento.....	329
<b>Gráfico 90.</b> Frecuencia. Acceso a financiamiento.....	330
<b>Gráfico 91.</b> Estadístico. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera .....	332
<b>Gráfico 92.</b> Frecuencia. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera .....	333
<b>Gráfico 93.</b> Necesidad de capacitación o asistencia. Respuesta Múltiple.....	336
<b>Gráfico 94.</b> Estadístico. Tiene personal que le lleve controles contables .....	337
<b>Gráfico 95.</b> Frecuencia. Tiene personal que le lleve controles contables .....	338
<b>Gráfico 96.</b> Estadístico. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica. ....	339
<b>Gráfico 97.</b> Frecuencia. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica .....	340
<b>Gráfico 98.</b> Estadístico. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia. ....	342
<b>Gráfico 99.</b> Frecuencia. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia.....	343
<b>Gráfico 100.</b> MIPYME dispuestas a recibir asistencia .....	358

**I. Primera Parte. Contexto y ámbito**

## I. Introducción

La presente investigación tiene como objetivo analizar la lógica y entendimiento contable del micro, pequeña y mediana empresa para el acompañamiento y aprendizaje emprendedor así como caracterizar el manejo de información y conocimiento contable de las micro, pequeña y mediana empresa para su funcionamiento por lo que se identifica las prácticas y procesos contables aplicados en las micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras objetos de estudio es por ello que se establecieron la relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las micro, pequeña y mediana empresa para con los resultados obtenidos proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa.

La investigación partió de la existencia del paradigma positivista, de igual manera la investigación contiene un diseño metodológico, el tipo de investigación, los sujetos de estudio, así como los procesos las técnicas e instrumentos; de igual manera se realiza el proceso de la validación de los instrumentos.

Es por ello que la investigación se basa en analizar la lógica y entendimiento contable del Micro, pequeña y mediana empresa para el acompañamiento y aprendizaje emprendedor así como caracterizar el manejo de información y conocimiento contable para su funcionamiento por lo que se identifica las prácticas y procesos contables aplicados en las micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras, donde se aborda la identificación de la metodología empleada, que parte de una revisión bibliográfica, haciendo uso de lectura de los textos dando a conocer a la comunidad educativa la discusión y aportes de la investigación.

Mencionado así se aborda las competencias de acuerdo con Sampaio y de Armas (2015), son “la capacidad de poner en práctica una forma integrada y dinámica de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para enfrentar la solución de problemas de la vida sean estos de carácter personal, profesional o social”. (p.24).

Con base en esta definición, la competencia se puede interpretar como la integración de conocimientos, habilidades, actitudes, valores y experiencias que una persona tiene y que se despliegan al resolver tareas de la profesión.

Competencias genéricas consisten en conocimientos, habilidades y actitudes necesarias en diversas profesiones. Es decir, tienen carácter transferible. Debido a su relevancia, las competencias genéricas son definidas para dar respuestas a las necesidades de la sociedad.

De acuerdo con Karten (2006). La Educación en la sociedad del conocimiento no está centrado en el progreso tecnológico en sí mismo, sino que lo considera como un factor del cambio social entre otros, como, la expansión de la educación.

Según este autor, el conocimiento será cada vez más la base de los procesos sociales en diversos ámbitos funcionales de las sociedades. En ese mismo sentido, se puede mencionar que, por el lado económico, crece la importancia del conocimiento como recurso económico, lo que conlleva la necesidad de aprender a lo largo de toda la vida, el cual la investigación se base en el conocimiento y entendimiento contable de las MIPYME.

Menciona, Rodríguez (2009), la creación y gestión del conocimiento, a nivel de la práctica educativa el desarrollo de procesos de creación y gestión del conocimiento en las organizaciones

educativas se puede suponer un salto cualitativo, tanto en la forma de entender este tipo de organizaciones, como en la calidad de sus procesos y resultados. (p.37).

Continuando con Rodríguez (2009), ... Si somos capaces de perfilar los elementos que determinan la aplicación de una estrategia de creación y gestión del conocimiento tenga más o menos probabilidades de éxito en una organización educativa, estaremos dando un enorme paso en la generalización de esta estrategia gestora en el ámbito educativo. (p.39).

La presente investigación está conformada por cinco partes dividida en ocho capítulos, los cuales a continuación se detallan:

Primera parte. Contexto y ámbito; desarrolla el acápite I. Presenta la introducción, donde se describe de forma general la investigación, de igual manera la justificación el planteamiento y formulación del problema. Muestra los objetivos de la investigación, tanto su objetivo general como los específicos de la investigación.

Se muestra una segunda parte. Fundamentación teórica de la investigación. El cual está dividida en capítulos, donde el capítulo I menciona la fundamentación de la investigación, el capítulo II presenta el estado de la cuestión o estado del arte con el fin de tener una visión más amplia, así también información suficiente para la elaboración de la presente investigación. De igual manera se describe el capítulo III. Marco teórico el cual asegura la consistencia, fundamentación y orientación teórica de la investigación, basada en las variables objeto de estudio.

Continuando con una tercera parte de la investigación, donde se describe en capítulos, el cual el capítulo IV. Menciona el marco general del diseño metodológico el cual puntualiza la metodología aplicada en el tema de investigación como lo es el paradigma de la investigación, el

tipo de estudio, su enfoque, los sujetos de la investigación donde en estos se detalla la población, la muestra seleccionada, los informantes claves.

De igual manera se detalla en este capítulo la operacionalización de variables, donde se muestran las variables identificadas en la investigación el cual son el conocimiento contable, las prácticas y procesos contables de igual manera se identificó la variable de desarrollo empresarial es así que también se menciona los procesos de investigación, como lo son las técnicas e instrumentos para la recolección de la información donde se describen la entrevista, la guía de revisión documental, la guía de observación, la encuesta, el cuestionario, el grupo focal. De igual manera en este se describe la validez de contenido de los instrumentos, como lo es la validación por juicio de expertos, la validación por grupo o control de pilotaje, los métodos de análisis de fiabilidad, el proceso de triangulación, la validación por método de alfa Cronbach.

Siguiendo así una cuarta parte donde se detalla el capítulo V el cual desarrolla el análisis e interpretación de los resultados de la investigación. La quinta parte describe las conclusiones e implicaciones de la investigación, el capítulo VI describe las conclusiones. Luego del análisis y exposición de las conclusiones se describe el capítulo VII donde puntualiza las recomendaciones; continuando con el capítulo VIII donde se menciona las limitaciones e implicaciones de la investigación, el capítulo IX describe la Referencias. Donde se muestra las distintas fuentes utilizadas, tanto de libros como en internet y el capítulo X el cual se detallan los anexos.

## 1.1. Justificación

Se justifica esta investigación dado el propósito de identificar las verdaderas necesidades contables y diseñar un modelo de acompañamiento contable para las MIPYME que están transitando hacia el emprendimiento. La utilidad práctica de la investigación es para que organismos, entes de gobierno, y la universidad tengan una referencia teórica y de práctica contables desde la óptica de los protagonistas para el diseño de una asesoría específicamente hacia y para las MIPYME.

En el proceso de adopción de un modelo de acompañamiento contable de asesoría elaborado para y desde las experiencias y prácticas de las MIPYME. Este proceso de adopción y adaptación en si es un bien tanto académico como una herramienta de entrenamiento de la profesión contable. La adopción y adaptación al llevarse a cabo en negocios en etapa temprana de desarrollo acota y allana el camino para una curva de aprendizaje promisorio. La adopción de las herramientas necesarias para una buena administración del negocio les inducirá a la mejora y desarrollo de capacidades financieras, contables, comerciales, entre otras. Así mismo les permitirán liderar sus empresas y ser competitivas no solo por sus productos y servicios sino para la captación de fondos de capital de trabajo.

De acuerdo con Davenport y Prusak (2001). Todas las organizaciones saludables generan y usan conocimiento. A medida que las organizaciones interactúan con sus entornos, absorben información, la convierten en conocimiento y llevan a cabo acciones sobre la base de la combinación de ese conocimiento y sus experiencias, valores y normas internas. Sienten y responden. Sin conocimiento, una organización no se podría organizar a sí misma. (p. 61).

Así mismo, Rodríguez (2009), El conocimiento es uno de los recursos más valiosos de cualquier organización, pero poco o nada tiene que ver con el resto de los recursos organizativos. Algunas de sus características son: no se agota, su transferencia no implica su pérdida, es abundante, pero de utilidad compleja, gran parte del conocimiento valioso abandona la organización al finalizar el día. (p.137).

El estudio apoya a los emprendimientos tanto formales e informales a establecer procesos contables y financieros, básicos para el registro, control, seguimiento de la información de las transacciones económicas del negocio para que estos puedan tomar decisiones. Las posibles implicaciones que emergen son: vinculación con emprendimientos para que implementen registros contables. Emprendimientos constituidos legalmente, disminución de operaciones en el mercado informal. La factibilidad del programa radica en que los emprendedores lo consideren un medio viable, el punto clave está en que los emprendimientos se sientan atraídos a la propuesta, por lo cual se debe brindar y dar a conocer que será un apoyo directo de asesoramiento para sus negocios.

La utilidad metodológica radica en la retroalimentación hacia la propuesta de mejoras para el programa de acompañamiento contable a MIPYME. El proceso de sistematización conlleva en adaptar aquellas recomendaciones que contribuyan para la motivación de los beneficiarios actuales y para futuras ejecuciones del programa. En resumidas cuentas, se justifica los retornos económicos y sociales y el mejorar el desempeño socioeconómico en los beneficiarios, así como el activar motivación de estos para el desarrollo empresarial.

Desarrollar las habilidades y competencias necesarias para la gestión estratégica de modelos de negocios innovadores y sostenibles, permitiendo a los emprendimientos de los sectores

productivos alcanzar mayores niveles de crecimiento económico, finanzas saludables y responsabilidad social empresarial, en un entorno competitivo y cambiante.

## **1.2. Planteamiento del problema**

**Campo:** Educación para el desarrollo

### **Problema y solución:**

La investigación está dirigida hacia las MIPYME. Entre los problemas y desafíos a remover están; aumentar el conocimiento financiero, el crear información contable, y lo más central mejorar el proceso de toma de decisiones que conlleva a la generación de ingresos producto de una viabilidad económica. En esencia contribuir y fomentar un proceso de aprendizaje contable y financiero adaptado desde los protagonistas en su fase inicial o temprana de emprendimiento es cuando estos requieren de un aprendizaje sobre procesos contables y financieros.

El incumplimiento en los deberes formales en materia contable por parte de las micro, pequeña y mediana empresa, apuntan a pensar que podría tener que ver con factores como: deficiente cultura contable, desconocimiento de la ley, carencia de asesoramiento, poca conciencia financiera, confusión de interpretación de normas, entre otros.

Las micro, pequeña y mediana empresa permanentemente asisten a capacitaciones contables y financieras orientadas por diversos organismos, al llegar a la empresa, poco aplican esos conocimientos; tal vez por disponer de poco tiempo en actividades contables y financieras, por no disponer de personal para estas actividades financieras, o porque se les presentan muchas inquietudes y vacíos al momento de aplicar los conocimientos adquiridos.

A la MIPYME se le considera como un sistema operativo integral conformado por varios sistemas operativos interrelacionados entre sí (subsistemas), que producen bienes y/o servicios. A su vez, este sistema integral genera resultados que le permiten cumplir obligaciones con sus accionistas, personal, gobierno, clientes y proveedores y donde la responsabilidad del empresario es adaptarse al entorno de la organización y sostenerla para trascender en el mercado. Su actuación y resultados se facilita si analiza, en forma periódica, el comportamiento de los sistemas operativos que integran a su empresa.

La realidad contable actual de las MIPYME donde la mayoría se comporta como un sistema cerrado que no tiene un direccionamiento claro, son reactivas y resuelven problemas conforme surgen, incorporando nuevas inversiones, líneas de productos o departamentos sin la adecuada planeación; no tienen un adecuado sistema de gestión, ni existen objetivos claros para todos en la empresa. El acceso a los sistemas de información es muy limitado al igual que a los recursos financieros.

Los principales rezagos se dan porque la mayoría de las micro, pequeña y mediana empresa funcionan con una lógica de auto sostenibilidad y no con una lógica empresarial. Muchas de ellas han tenido problemas al solicitar financiamiento, debido a que no cuentan con los requerimientos. Otro de los problemas, es el factor de talento humano, ya que son administradas de manera familiar no con una visión empresarial; es decir, están pensando en el hoy y no en el futuro, lo cual se debe a que solamente consideran que están generando empleos para su familia y no valoran el riesgo de avanzar más allá, y la importancia de un buen control contable y financiero para toma de decisión.

Es por ello por lo que los principales síntomas que se dan en la presente investigación son, las oportunidades emprendedoras nicaragüenses carecen de innovación de tipo disruptiva o incremental, limitando la actividad emprendedora a prácticas de escasez en financiamiento, investigación y transferencia tecnológica. (BCN, 2020) .

La contabilidad financiera, está articulada con todas las áreas de la organización, su influencia impacta directamente en los beneficios económicos, siendo fundamental el manejo eficiente de la información por parte de los administrativos y propietarios, quienes deben poseer las habilidades y conocimientos necesarios para ser competitivos y generar continuidad en el mercado. Uno de los principales problemas que tienen las micro, pequeña y mediana empresa es el deficiente manejo administrativo y contable, escaso uso de herramientas tecnológicas y poco conocimiento de los sistemas básicos de control de gestión.

Todo lo anterior, da lugar a un desconocimiento del verdadero estado financiero, gastos innecesarios, mal manejo de los inventarios y documentos contables que no cumplen con los requisitos mínimos exigidos.

El empresario debe tener en cuenta que existe una relación entre información contable y manejo administrativo, donde se manifiesta que para que el manejo administrativo sea eficiente, la información contable debe ser oportuna, confiable, útil, organizada, independientemente de su tamaño, actividad económica o tipo de empresa.

Entre la causa, esto se debe a la poca asesoría que no se ajustan a las necesidades de cada emprendedor y a la carencia de capacidad de gestión empresarial entre las cuales se dan: el

desconocimiento en la realización de un plan de mercado, no llevar un registro contable financiero, el deficiente manejo de las estrategias de posicionamiento del producto, entre otros.

Por lo que surge el pronóstico que los emprendimientos son una abundante fuente de empleos y producción para el país. Es de conocimiento que la mayoría de las empresas en Nicaragua son negocios familiares y que actualmente son el principal creador de nuevos trabajos. Por lo tanto, en Nicaragua se espera que permita dinamizar los sistemas financieros y crear una alternativa para enfrentar las tasas de desempleo. Sin embargo, estos tienen pocos conocimientos Económicos.

Donde la investigación pretende dar un control de pronóstico, una de las soluciones posibles es diseñar programa de asesoramiento en los procesos de la información contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros, pequeños y medianos empresarios en brindar en forma de apoyo directo mediante asesorías que satisfaga aquellas necesidades en cada modelo de negocio. Además, la persona emprendedora debe poseer un pensamiento innovador, creativo y crítico para así realizar un negocio de emprendimiento, es decir, generar una propuesta de valor distinta para ofrecer.

Es por ello por lo que la propuesta consiste en diseñar programa de asesoramiento en los procesos de la información contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros, pequeños y medianos empresarios.

### **1.3. Formulación del problema**

De acuerdo con la situación anteriormente expuesta, se ha formulado el problema de investigación, a través de la pregunta general que a continuación se presenta:

El estudio pretende apoyar a los emprendimientos tanto formales e informales a establecer procesos contables y financieros, básicos para el registro, control, seguimiento de la información de las transacciones económicas del negocio para que estos puedan tomar decisiones.

Al analizar la lógica y entendimiento contable de la micro, pequeña y mediana empresa para el acompañamiento y aprendizaje emprendedor. ¿Se podrá proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa?

Posibles implicaciones: vinculación con emprendimientos para que implementen registros contables.

### **Preguntas de investigación**

Menciona Hernández, Fernández, y Baptista (2010) el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Este tipo de indagación puede desarrollar preguntas o hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos.

A continuación, se presentan las preguntas directrices de la investigación.

Al analizar la situación actual en los procesos de la información contable de las micro, pequeña y mediana empresa ¿Se podrá conocer las fortalezas y debilidades contables de las MIPYME en estudio?

¿Cuáles son los desafíos comunes que enfrentan las micro, pequeña y mediana empresa en términos contables?

¿Cuáles serán las prácticas y procesos contables aplicados en las micro, pequeña y mediana empresa?

Al Proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable en las micro, pequeña y mediana empresa en estudio ¿Estas mejoraran sus registros y toma de decisiones?

¿Se podrá establecer la relación entre la aplicación del proceso contable y el desempeño conseguido por las empresas en estudio?

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo General***

1.4.1 Analizar la lógica y entendimiento contable de la micro, pequeña y mediana empresa para el acompañamiento y aprendizaje emprendedor.

### ***1.4.2 Objetivos Específicos***

1.4.2.1 Caracterizar el manejo de información y conocimiento contable de la micro, pequeña y mediana empresa para su funcionamiento.

1.4.2.2 Sistematizar prácticas y procesos contables aplicados en la micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras.

1.4.2.3 Establecer la relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las micro, pequeña y mediana empresa.

1.4.2.4 Proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa.

## **II. Segunda Parte. Fundamentación teórica de la investigación**

## **Capítulo I. Fundamentación de la investigación**

El estudio del proceso evolutivo de la contabilidad, a finales del siglo XIX y principios del XX. En este lapso persiste un proceso interrumpible de adecuarse, día a día, a las necesidades de información financiera de las entidades económicas. La contabilidad es muy importante en cualquier tipo de sociedad, ya sea con fines o sin fines de lucro; la primera desde luego persigue conocer las utilidades o ganancias percibidas y la otra tiene como objetivo conocer la ejecución de los fondos asignados.

La lógica contable de las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina presenta desafíos específicos en su contexto. Estas empresas enfrentan limitaciones de recursos financieros, carencia de conocimientos contables y restricciones regulatorias que dificultan el adecuado registro y presentación de su información financiera.

Algunos de los problemas comunes en la lógica contable de estas empresas incluyen la falta de estandarización en los criterios contables, la subjetividad en la valuación de activos y pasivos, la dificultad para distinguir entre gastos e inversiones, y la inadecuada documentación y respaldo de las transacciones financieras.

Con el avance del desarrollo científico-técnico, el surgimiento de la industria, la ampliación de los servicios bancarios y el surgimiento de las imposiciones fiscales, hacen que la contabilidad amplíe su campo de acción y pasa del campo comercial al industrial (contabilidad de costos), al bancario (contabilidad bancaria) al Estado mismo (contabilidad gubernamental y fiscal). Como consecuencia de esa dinámica se puede plantear que las MIPYME se encuentran cada vez rezagas si no es que los desafíos que enfrenta son más complejos.

Sobre la base de consideraciones anteriores hay autores como Marín J, (2019) que plantean realizar estudio de marcos normativos: Analizar y comparar los marcos regulatorios y normativos existentes en los países de América Latina para comprender las diferencias y similitudes en la lógica contable de las micro, pequeña y mediana empresa.

Otra corriente plantea que hay que realizar un análisis de prácticas contables: Investigar las prácticas contables utilizadas por las micro, pequeña y mediana empresa en la región, identificando las debilidades y oportunidades de mejora en términos de registro, evaluación y presentación de la información financiera.

En el orden de las ideas anteriores se plantea la capacitación y educación contable: Como tal eso implica explorar la efectividad de programas de capacitación y educación contable dirigidos a los propietarios y contadores de micro, pequeña y mediana empresa, con el objetivo de mejorar sus conocimientos y habilidades contables.

Es evidente que entrando en la sociedad del conocimiento o la así llamada era de la información y el conocimiento destaca el papel de la tecnología y soluciones digitales. Estas tecnologías también tendrían impacto sobre la lógica contable de las MIPYME. Aquí surge la necesidad de investigar el impacto de la adopción y soluciones digitales, como software contable o aplicaciones móviles, en la lógica contable de las micro, pequeña y mediana empresa, analizando su efectividad para facilitar el registro y la generación de información financiera confiable.

Para Warren, C, Reeve, J y Duchac, J. (2016), la contabilidad se define como un sistema de información que genera reportes para los usuarios acerca de las actividades económicas y las condiciones de un negocio. Se considera la contabilidad como el “lenguaje de los negocios”. Esto

se debe a que es el medio por el cual la información financiera de una empresa se reporta a los usuarios (p. 3).

Para Estupiñán, R. (2017), el principal objetivo y producto final de la contabilidad es la presentación de los estados financieros y sus notas, los cuales se procesarán principalmente bajo “NIIF” Normas Internacionales de Información Financiera o por sus siglas en inglés “IFRS”, en aquellos países que las han adoptado, que son la mayoría en el mundo, las cuales ayudarán a la definitiva globalización de la contabilidad y al entendimiento y comparativo universal en la información financiera (p. 1).

## Capítulo II. Estado de la cuestión

Con el fin de tener una visión más amplia, así también información suficiente para la elaboración de la presente investigación se procedió a la búsqueda de estudios relacionados al tema.

Para la elaboración del presente estudio se encontró investigaciones que permiten tener un mejor análisis y puntos de referencias para ser aplicados al análisis del acompañamiento contable y estratégico en el aprendizaje de la micro, pequeña y mediana empresa, los estados del arte persiguen como objetivo principal los mismos que con esta tesis pretendo valorar entre ellos si realmente el estudio realizado tendrá algún impacto positivo y que genere valor a las micro, pequeña y mediana empresa. De igual manera hay retornos académicos hacia los estudiantes que realizaran sus prácticas y pasantías de la Carrera de Contaduría Pública y Finanzas y Banca y Finanzas y a la Universidad Nacional Autónoma de Managua específicamente al Departamento de Contaduría Pública y Finanzas de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas como parte de extensión de la Universidad aportando a la sociedad nicaragüense, hare cita a continuación de estas investigaciones y sus principales aportes.

Mediante una lógica espacial y temporal que va de lo general a lo particular, se presenta una panorámica condensada sobre el estado del arte sobre modelos de información contable, como factor determinante en el aprendizaje del microempresario y sus variables principales. La revisión teórica en diferentes fuentes bibliográficas, en bases de datos, páginas web de revistas indexadas y de tesis doctorales el cual se detalla:

Al respecto Cobo (2020). *Contabilidad para micro, pequeña y mediana empresa: 9 aspectos clave para aplicarlo*, teniendo variables de estudio de contabilidad, microempresario, con

enfoque cualitativo donde la muestra fueron micro, pequeña y mediana empresa, entidades que pueden aplicar la contabilidad simplificada utilizando métodos y técnicas de cuestionario, entrevistas, revisión documental, llegando a la conclusión propuesta de estructura de una contabilidad simplificada, revelaciones exigidas, marco regulatorio. para una contabilidad para micro, pequeña y mediana empresa.

Así mismo Cabrera (2016). *El reto de la práctica contable de las empresas PYME de Latinoamérica*, de tipo de investigación exploratoria – descriptiva. La finalidad es presentar de forma general una aproximación de la realidad existente en las Micro, pequeña y mediana empresa latinoamericanas en materia de prácticas contables, haciendo una recopilación de informaciones brindadas por diferentes organismos de regulación locales e internacionales, de investigaciones previas de otros autores, así como la realización descriptiva de experiencias prácticas de la autora en evaluaciones de la situación financiera de micro, pequeña y mediana empresa. Donde sus variables principales son micro, pequeña y mediana empresa, contabilidad, Latinoamérica, registros contables donde la principal muestra es micro, pequeña y mediana empresa de Latinoamérica.

En sentido general, las Micro, pequeña y mediana empresa no cuentan con una estructura formal de contabilidad y las actividades de registros y control financiero se asignan a un contador de servicio externo, con la finalidad de poder cumplir con los compromisos igual que el control de los costos de producción de bienes y servicios.

Al respecto Gonzalo (2021). *Empresas fracasan por falta de contabilidad*, la investigación presenta un enfoque cualitativa , cuantitativa donde sus principales variables es la Contabilidad y el microempresario y su muestra Micro, pequeña y mediana empresa de Nicaragua por medio del

método de revisión documental, llegando a la conclusión de los beneficios de la contabilidad el informe de la encuesta de empresas sostenibles Nicaragua 2015 sostiene que “el manejo de la contabilidad refleja el grado de formalización y organización de una empresa.

En tal sentido Molinari (2008). *¿Por qué fracasan algunos emprendedores? Los quince errores más frecuentes.* un trabajo de investigación desarrollado con técnicas cualitativas y cuantitativas entre consultores y directivos de recursos humanos vinculados EOI Andalucía, donde sus principales variables son proyecto empresarial, estrategias donde su principal muestra son los empresarios por medio de las técnicas y métodos entrevistas individuales con diferentes expertos, se ha extraído la información necesaria para la formulación de la encuesta y la elaboración de los diferentes ítems de un cuestionario para determinar los pasos en falso que habitualmente dan los emprendedores y que suelen concluir con el fracaso empresarial.

El cual la investigación concluye que los expertos consideran que los errores más frecuentes de los emprendedores están relacionados con la falta de previsión y planificación, empezando por el análisis de la viabilidad del proyecto empresarial. En este sentido, casi nueve de cada diez subrayan como un error recurrente que conduce el fracaso el no hacer previamente un estudio serio de la viabilidad del proyecto. Siete de cada diez consideran un déficit importante la falta de planificación financiera y seis de cada diez la inexistencia de un plan estratégico. También siete de cada diez opinan que es un error frecuente “empezar la casa por el tejado”, es decir, incurrir en gastos y desgastarse en tareas menores antes de tener concretado el proyecto empresarial, y seis de cada diez subraya como defecto importante el creer que tener una buena idea lo es todo, sin detenerse a concretar y planificar el proyecto empresarial.

En ese mismo contexto Funides (2016). *Competencias que demandan las empresas en Nicaragua*, realizó una investigación con enfoque Cualitativo , cuantitativo donde las principales variables son la Educación, empresas, competencias, tomando como muestra 93 empresas de diferentes sectores económicos, Para medir la brecha entre oferta y demanda de competencias, FUNIDES diseñó una encuesta, con asesoramiento del BM y BID, que aplicó en 2013 en colaboración con AERHNIC, a gerentes de recursos humanos de 93 empresas de diferentes sectores económicos, con presencia en todos los departamentos y en las regiones autónomas del país, algunas de las cuales exportan y/o tienen participación de capital extranjero.

En conjunto, las empresas encuestadas representan más de 17,000 trabajadores, 4,000 de ellos ocupados por personas menores de 25 años. De acuerdo con los resultados de la encuesta FUNIDES & AERHNIC (2013), las competencias más importantes, aquellas identificadas como las que requieren mayor desarrollo de parte de los trabajadores, son predominantemente socioemocionales. Las cinco competencias más importantes, independientemente del nivel educativo, son todas socioemocionales: honestidad, cumplimiento de normas de conducta básicas de la empresa, entusiasmo por el trabajo y las tareas que realiza, capacidad de respetar y escuchar a superiores, y trabajo en equipo. El estudio de Manpower Yo Emprendedor también señala a las competencias socioemocionales entre las más solicitadas por las empresas al margen del cargo que desempeñen los jóvenes en las empresas. De hecho, la honestidad es una competencia demandada para todos los cargos (operativos, medios y administrativos).

Por lo tanto, Urcuyo (2016). *FUNIDES. Identificando algunas barreras al crecimiento económico y reducción de pobreza en Nicaragua*. Las políticas conducentes a la igualdad de oportunidades capacitan al individuo a explorar y explotar las oportunidades de producción. Por

el contrario, las políticas redistributivas, conocidas comúnmente como populismo, imponen transferencias de recursos del sector más rico hacia el más pobre. El problema es que el sector rico es el que se está capacitado para explorar y explotar las oportunidades de producción y de política de populismo destruye su incentivo productivo por lo tanto la estructura generadora de ingresos es desmantelada y con el tiempo ya no hay más riqueza es que transferir el populismo es por lo tanto una receta perdedora. Al mismo tiempo, las transferencias son adquisición de habilidades no permiten al sobreexplotar el ambiente económico y por lo tanto no aumenta sus ingresos Más allá de la transferencia.

El subdesarrollo en que se encuentra Nicaragua tiene como solución la conjunción de dos condiciones: crecimiento económico sostenido igualdad de oportunidades. El primero indica que el país se encuentra inmerso en un proceso de búsqueda y explotación de actividades productivas cada vez más eficientes que elevan el ingreso del individuo promedio y por ende también su estándar de vida en términos de salud alimentación y longevidad. El segundo implica que todos los miembros de la población tienen la capacidad de aprovechar las oportunidades que surgen con el crecimiento económico.

Uno sin el otro no es suficiente. Crecimiento sin igualdad puede dejar fuera del proceso productivo a los desposeídos de habilidades. Igualdad sin crecimiento es inocuo, pues no hay nada que aprovechar para mejorar las condiciones de vida.

Es así como SCORE Asociación (2020). *Los 10 principales errores de contabilidad de las pequeñas empresas*. no se puede hacer un seguimiento de los gastos reembolsables, no clasificar adecuadamente a los empleados, no se comunica, negarse a conciliar; no tener una copia de seguridad en papel; no recaudar o reducir el impuesto sobre las ventas correspondientes; la caja

Chica no de no sé desajusta; clasificación errónea o sobre categorización; tratar de hacerlo usted mismo.

Por ello Franco (2011). FUNIDES. *Causas del crecimiento económico de largo plazo de Nicaragua*. Uno de los componentes es la rentabilidad en Nicaragua se recorre en detalle los principales componentes de la rentabilidad neta en plena consistencia con el árbol de decisión del modelo de acumulación de activos a través de este recorrido científica de manera desagregada las barreras a la inversión privada.

Una de ellas son las restricciones financieras el crédito juega dos roles para las empresas. Por un lado, es un elemento de costo. Pero por otro lado puede aumentar la rentabilidad de patrimonio de las empresas vía apalancamiento financiero, si es que el costo financiero es menor que el costo de los recursos propios. Una manera alternativa de analizar el crédito es reconociendo que, si bien es cierto que no se produce con crédito, sino con activos, personas, conocimiento, tierra, entre otros, también es cierto que crédito puede ser una restricción a la cantidad de activos y capital de trabajo las que puede contar una empresa, ya sea para aumentar su producción o sus inversiones. Por lo tanto, puede ser también una restricción a la productividad total de los factores.

Por ello se desarrolló la *encuesta de Empresas Sostenibles Nicaragua 2015: identificación de obstáculos para el desarrollo empresarial / Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP); Organización Internacional del Trabajo*. El cual el enfoque de la investigación es Cualitativa con lineamientos cuantitativos donde sus principales variables son las empresas y el desarrollo económico donde la encuesta es representativa a nivel nacional y en los dominios de formalidad/informalidad, tamaño de empresa, sector económico y región. En total se entrevistaron a 2,539 empresas, 49% de ellas formales<sup>1</sup> y 51% informales. Según su tamaño, se entrevistaron a

1,370 empresas micro (de 5 o menos trabajadores), 693 empresas pequeñas (6 a 20 empleados), 297 medianas (entre 21 y 100 trabajadores) y 179 empresas grandes (más de 100 empleados).

Por sector productivo se entrevistaron a 912 empresas del sector primario, 683 del sector secundario y 944 del terciario. Y sus principales métodos fueron se recopiló información primaria para caracterizar las empresas y los factores que afectan el desarrollo empresarial y la creación de empleo en Nicaragua. La encuesta se apoya conceptualmente en las conclusiones de la conferencia internacional del trabajo del año 2007, acerca de los factores claves que intervienen en el desarrollo de empresas sostenibles, y en lo particular, en los pilares del crecimiento definidos en la agenda COSEP 2012-2016 siendo estos: gobernabilidad y seguridad jurídica, infraestructura, mercado laboral e informalidad, financiamiento e incorporación de tecnología y mejores formas de organización de la producción.

Las empresas en Nicaragua se caracterizan por un alto nivel de informalidad y la predominancia de empresas micro y pequeñas. De acuerdo con tales resultados, apenas el 4.6% de las empresas llevan contabilidad formal, mientras que el 58.6% tienen alguna forma de contabilidad, ya sea anotando en un cuaderno o haciendo cuentas de manera espontánea sin tener nada escrito, y el restante 36.8% no lleva cuentas del todo. Sin embargo, esta situación es diferente para las empresas medianas y grandes, en donde casi dos tercios de las medianas y el 95% de las grandes llevan contabilidad formal. Prácticas contables más desarrolladas están asociadas también a mayores niveles educativos de quienes dirigen las empresas.

En tal sentido Cortés y Henao (2018). En su estudio *Micro, pequeña y mediana empresa: análisis empírico de algunos problemas*. El cual su enfoque de investigación es con apreciación conceptual-teórica y del estudio realizado a siete Micro, pequeña y mediana empresa de la ciudad

de Medellín, evidenciando en ellas varios problemas que nos ayudan a comprender la situación general que acontece en la mayoría de Micro, pequeña y mediana empresa en Colombia, donde sus principales variables son micro, pequeña y mediana empresa, gestión, sistema de información contable, contabilidad por partida simple con muestra de 7 micro empresas, con método de revisión documental, entrevistas, encuestas.

Por lo que conllevo a las principales conclusiones en Colombia, al igual que en América Latina, las Micro, pequeña y mediana empresa juegan un importante papel en la estructura social y económica, ya que hacen frente al problema de desempleo al poner en marcha negocios basados en buenas ideas y bajos capitales; de esta manera absorben de forma significativa la población económicamente activa que deja por fuera las medianas y grandes empresas, dinamizan la producción y el consumo interno, y participan en la distribución de riquezas en la sociedad (Tunal, 2003) “su existencia representa la presencia de nuevas formas de trabajo y de estructuras ocupacionales que cada día van cobrando mayor fuerza”.(p.80).

Sin embargo, a pesar de esta alta cobertura a nivel nacional, en lugar de ser un grupo económico fuerte, las Micro, pequeña y mediana empresa se enfrentan a múltiples problemas que dificultan su crecimiento y permanencia en el escenario económico y social. La mayoría de los microempresarios entrevistados consideran que la forma en que construyen su sistema de información contable es suficiente para el control de su riqueza y las decisiones administrativas que deben tomar. En consecuencia, su gestión se realiza desde arquetipos donde la intuición es el elemento clave. Consideramos que, si el microempresario integrara su capacidad intuitiva de gestionar con elementos contables y administrativos de mayor calado y estructura, la entidad

podría orientarse hacia dinámicas y posibilidades de sostenimiento y crecimiento tanto en el contexto regional como nacional.

En un estudio realizado en la ciudad de Cali (Colombia), González y Bermúdez (2010) señalan que en los microempresarios existe un elevado desconocimiento de herramientas gerenciales, fuentes de información (financieras y no financieras) u otros indicadores que les permitan efectivamente cumplir sus metas; en la mayoría de los casos, esto se debe a la falta de conocimiento y capacitación sobre el uso de herramientas y técnicas para la gestión y para la toma de decisiones.

Aunque González y Bermúdez (2010) hacen referencia al uso del Balance General, el Estado de Resultados y el Flujo de Caja como los elementos financieros más básicos para la toma de decisiones, a partir de las entrevistas que realizamos en las Micro, pequeña y mediana empresa del centro de Medellín encontramos que la mayoría desconocen el adecuado uso de éstos, por el contrario, su sistema contable está basado comúnmente en un listado de cuentas por cobrar, cuentas por pagar y ventas diarias, sin que estos registros estén articulados, en muchos de los casos, en un sistema o método contable. El estudio realizado a las Micro, pequeña y mediana empresa entrevistadas nos muestra que en la mayoría de los casos existen una contabilidad muy intuitiva y rudimentaria.

Valverde (2011). Hace referencia a unas técnicas gerenciales simples, antiguas y muy conocidas, las cuales deben ser utilizadas por las Micro, pequeña y mediana empresa con el fin de asegurar su supervivencia, tales como el análisis del punto de equilibrio, elaboración y control de presupuestos, análisis económico de descuentos y promociones, análisis económico de fabricar y comprar, entre otros. Es posible que algunos microempresarios desconozcan estas herramientas

con los nombres antes mencionados, pero aquellos microempresarios que han logrado permanecer en el mercado por más de 2 años, muy probablemente han tenido que hacer uso de muchas de estas técnicas, aunque de manera intuitiva, de lo contrario hubieran fracasado, por ejemplo, al no saber en qué momento el nivel de ventas cubre los costos totales.

El trabajo de investigación de Gómez (2015).titulado *La investigación desde las prácticas de familiarización* esta tiene como objetivo describir la experiencia de las prácticas de familiarización de la carrera de economía de la FAREM Estelí y su vinculación con la investigación de la realidad económica local la investigación presenta un enfoque de investigación observacional, descriptivo , retrospectivo , transversal y analítico .El cual sus variables de estudio son el consumo semanal de los productos mencionados, salario total del hogar, número de miembros por hogar y cantidad de niño con edad menor el estudio tiene una muestra de 35,000 hogares ubicados en la zona urbana de la ciudad de Estelí .

El método de investigación fue el cuestionario, entrevistas, revisión documental sus principales conclusiones fue que la investigación desde la práctica de familiarización es una complementariedad entre el método cualitativo y cuantitativo, que permite al estudiante aprender de la realidad propia de su municipio, barrio, manzana u hogar. Es un aprendizaje perdurable o para toda la vida, que contribuye a la mejor comprensión de la realidad propia y de la sociedad.

De acuerdo con Gazo (2018). En su investigación titulada *Prácticas profesionales, Proyección y Extensión Social. Aproximación a la experiencia de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas 2014-2015.* presenta un enfoque de investigación observacional, descriptivo, retrospectivo, transversal y analítico El cual sus variables de estudio son las prácticas profesionales, proyección y extensión social la muestra del estudio fueron los estudiantes de quinto

año de su carrera, docentes y autoridades que estuvieron inmersos en las prácticas profesionales y actividades de extensión y proyección social dentro del 2014-2015 en la UNAN-Managua.

El método de investigación fue la encuesta el cuestionario la entrevista, revisión documental donde su principal conclusión fue la de proponer la integración de la Responsabilidad social de la universidad, orientando la investigación hacia el aprendizaje basado en proyectos con impacto social, apoyando el voluntariado estudiantil. Promoviendo el desarrollo del país (proyección social, extensión universitaria, transferencia tecnológica, consultoría, asociación estratégica con municipio, capacitación de profesionales).

Seguido de Ramírez, Guerrero y Toruño (2017), en la investigación *Aportes de la administración de recursos humanos en el desarrollo organizacional del Hospital de Pueblo Nuevo* donde el estudio presenta un enfoque de investigación cuantitativo, tipo descriptivo, utiliza la metodología empírico-analítica con sus variables de estudio administración de recursos humanos, desarrollo organizacional , presentando una muestra de 62 colaboradores del hospital del municipio de pueblo Nuevo utilizando los métodos de investigación del cuestionario, entrevistas, revisión documental.

Llegando a la conclusión de su estudio que el área de administración de recursos humanos aporta al desarrollo organizacional manteniendo la comunicación con todo el personal, motivando, capacitando, orientado el reglamento y siempre en busca de la calidad en la atención de la población.

Otro aporte es el estudio de Ramón y González (2019). *La responsabilidad social de la universidad: antecedentes, conceptos, tendencias y retos de la extensión universitaria* , donde este

estudio tiene un enfoque cualitativo, descriptivo sus variables fueron extensión universitaria; responsabilidad social de la universidad tomando como muestra los profesores, trabajadores, estudiantes, y agentes comunitarios preparados para liderar tareas extensionistas utilizando en la investigación métodos de revisión documental , documentos primarios, secundario.

Su principal conclusión es que la extensión universitaria, ha de favorecer la universidad innovadora que se quiere, promoviendo el cambio y la transformación sociocultural, para vencer los ambiciosos desafíos que impone, el propósito de lograr los cambios necesarios en el entorno y en las propias universidades y cumplir las metas que nos impone el logro de los objetivos de desarrollo sostenible.

Seguido de Córdón (2019). *Integración de las funciones sustantivas de la universidad y relación Universidad-Sociedad-Estado*. Con enfoque cualitativo, descriptivo con sus variables de estudio que la conforman la integración, pertinencia social, relación universidad sociedad-estado donde su muestra se ve integrada por el modelo de integración social, ODS sus métodos de investigación fueron la Revisión documental, documentos primarios, secundario.

Dando como resultado que la extensión, vinculación, proyección, acción social de la Universidad, debe ser concebido como toda actividad en la que participan de manera integrada profesores, estudiantes e investigadores con la comunidad, para desarrollar programas y proyectos a nivel territorial, en el marco de una adecuada relación Universidad Sociedad-Estado, a efecto de identificar los principales problemas de los países y de la región en su conjunto, analizarlos, interpretarlos, proponer soluciones e intervenir en las acciones concretas encaminadas a su solución.

De acuerdo con Padilla (2019). *Función social de la universidad, integración de las funciones sustantivas, con la comunidad, equipo de trabajo y disciplinas* donde su investigación presenta un enfoque de investigación descriptivo, cuantitativo, donde sus variables fueron presentadas en la Integralidad, funciones sustantivas, extensión, vinculación, educación superior con una muestra de 298 municipios utilizando los métodos de investigación como encuestas, cuestionario, entrevistas ,revisión documental concluyendo en sus estudio que existe una estrecha relación entre la universidad y la sociedad, a partir de la definición de la función social de la Universidad y la extensión, vinculación es la esencia de esa relación.

Continuando con Padilla (2019). *Función social de la universidad, integración de las funciones sustantivas, con la comunidad, equipo de trabajo y disciplinas* el cual esta investigación tiene el enfoque de investigación cualitativo, cuantitativo, mixto donde sus variables presentadas fueron los logros, desafíos, lecciones aprendidas, resultados, formación emprendedora con una muestra de su estudio de 240 estudiantes de las Universidades de Centroamérica (20 alumnos por Universidad, 40 por país), donde sus métodos de investigación fueron revisión documental , documentos primarios, secundario.

En la investigación da respuesta a una de las acciones estratégicas del Programa Nacional de Desarrollo Humano de Nicaragua 2018-2021 el cual establece: Promover la creatividad e innovación desarrollando las ideas e iniciativas de los diferentes sectores juveniles e impulsar el emprendimiento juvenil como base del desarrollo económico y productivo de la familia.

Otro estudio relacionado como el de Baca y Herrera (2016). *Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales* donde el enfoque de su investigación fue Participativo y sus variables del estudio fue proyectos sociales, gestión, participación, territorio,

rural donde la muestra fue representada por grupos vulnerables, mujeres y sociedad donde sus principales métodos de investigación fueron la revisión documental, documentos secundarios. Por lo que en la investigación concluye que el diseño y operación de proyectos es un arte y una actividad emprendedora que combina estrategias, valores y acciones tendientes a alcanzar los objetivos.

Según Olivas y Córdoba (2019). *Experiencia de la transformación socio- económica en la comunidad y la familia a través de los egresados del programa UNICAM en el “ La Sabana” Departamento de Madriz y Mirafior Sub-zona del Municipio de Estelí, en el primer semestre del año 2019*, donde el enfoque de su investigación fue a través de la intervención participativa donde sus variables de estudio fueron las experiencias socioeconómicas, vivencias, competencias, sistematización, innovación, emprendimiento representada con una muestra de 10 egresados, 2 docentes y 4 líderes comunitarios.

Sus métodos de investigación fueron la recolección analítica y participativa: observación, muestra del tiempo línea del tiempo, entrevistas a profundidad y taller para reconocimiento y mejoramiento de emprendimiento de los egresados. Los resultados evidencian que el proceso de formación fue una fase para afianzar su sentido de pertenencia con su realidad, desarrollando competencias para la innovación, emprendimiento y sostenibilidad de los recursos personales y colectivos; posibilitando estrategias de sobrevivencia que los ubica como protagonistas de los cambios y aportando al desarrollo familiar y comunitario.

Por otra parte, Benavidez, Guzmán, y Rojas (2019). *Vínculo Estado-Sector tecnológico- Productivo y su contribución a la innovación en INTA Nicaragua 2013-2018*, el enfoque de su investigación fue descriptivo, cualitativo sus variables de estudio fueron la investigación,

innovación y transferencia la muestra está representada por IPSA, MEFCCA, emprendedores locales, cooperativas, productores privados, BCS, FIITs. Con métodos de investigación como el modelo sistémico o mixto y lineal de procesos, cualitativo, cuantitativo.

Donde se concluye que el INTA Nicaragua es una institución orientada a la investigación, innovación y transferencia de tecnologías, siendo parte del sistema nacional de producción consumo y comercio en donde existe una vinculación estrecha con las diferentes instituciones del sistema de producción como MAG, IPSA, MEFCCA, MARENA e INAFOR lográndose resultados muy importantes en el programa nacional de producción.

Siguiendo con las investigaciones Guzmán (2017). *La innovación como estrategia para el desarrollo de los sistemas en la agricultura familiar de Nicaragua*, su enfoque de su investigación es descriptivo, cualitativo sus variables de estudio fueron la innovación, territorio, sistemas, tecnologías con una muestra representada por SNIA, productores los métodos de dicha investigación comprenden la investigación documental de referencia bibliográfica de tipo no experimental.

Este estudio concluye que el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional orientó y ejecutó la creación del Sistema Nicaragüense de Investigación e Innovación Agropecuaria SNIA, el cual tendrá como propósito mejorar la coordinación, compartir información y complementar los procesos de investigación e innovación entre productores, productoras, universidades, centros e institutos públicos y privados de investigación.

De acuerdo con García (2019). *Aportes del bufete jurídico Roberto González UNAN-Managua en la defensa de los derechos fundamentales*, presenta un estudio con enfoque

descriptivo, cualitativo donde sus variables están representadas por el derecho de familia, compromiso social, derechos, fundamentales, retos y desafíos donde su principal muestra son los practicantes de la carrera de Derecho el Bufete Jurídico Roberto González su principal método de investigación es la revisión documental.

La propuesta surgida de una práctica profesional honesta, calificada y comprometida socialmente. Invitamos a los miembros de nuestra comunidad universitaria y de la sociedad nicaragüense en general a presentar sus aportes al debate en la construcción de una educación superior comprometida con el desarrollo de una familia como núcleo de una sociedad sana.

Seguido de Sánchez (2020).donde investiga , *Qué es el Fondo para Proyectos de Investigación (FPI) en la UNAN Managua*, donde su enfoque de investigación abarca fondos de proyectos de investigación, cualitativo , cuantitativo donde la variable del estudio se ve representada por fondo para proyectos de investigación, investigación, UNAN-Managua con una muestra representativa de 127 proyectos por medio de los métodos de investigación de revisión Documental de proyectos beneficiados de años anteriores.

La UNAN-Managua ha considerado estratégico el fortalecimiento de la investigación, lo cual se concretiza en gran parte a través del Fondo para Proyectos de Investigación (FPI), que en el periodo 2015-2018 ha destinado un total de \$148,265.82, financiando 127 proyectos que están en correspondencia con el Plan Nacional de Desarrollo Humano y los Objetivos del Desarrollo del Milenio.

Continuando con González, Betanco y Medrano (2017).en su estudio *,Relación del perfil profesional y desempeño laboral del seguimiento a graduado de la licenciatura en fisioterapia de*

los años 2005 y 2009, el cual su enfoque de investigación es exploratorio, de corte transversal y enfoque cuali-cuantitativo sus variables es el seguimiento a graduados, empleador, perfil y desempeño, consentimiento informado donde su muestra son 20 unidades de análisis, 10 para el año 2005 y 10 para el año 2009, el muestro utilizado fue el muestreo no probabilístico por conveniencia sus principales métodos de investigación son las encuestas, cuestionario, entrevistas ,revisión documental.

Donde la caracterizan a sus trabajadores como excelentes en lo que concierne a la voluntad para aprender y la habilidad para resolver problemas, al igual que tienen excelente confianza en sí mismos y hábiles para trabajar bajo presión, finalmente los empleadores consideran que sus trabajadores de fisioterapia tienen un excelente sentido de responsabilidad y son fieles a la institución y a sus objetivos, lo cual refleja un excelente desempeño laboral por parte de los graduados de la carrera.

Seguido de Salazar (2017), con su investigación , *Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*, el cual su enfoque de investigación es cualitativo teniendo tecnología, innovación, asesoría como sus principales variables donde su muestra son docentes, estudiantes y trabajadores en general el método de estudio es revisión documental, guía de observación donde se concluye en el estudio que el CATI/UNAN-Managua nace como un espacio para la asistencia científica y técnica facilitando el acceso a la información tecnológica a los: innovadores, investigadores, emprendedores, centros de estudios, pequeñas y medianas empresas del país.

Otro aporte importante a nivel internacional es de Eurasquin y Zabaleta (2006). *Articulación entre investigación y extensión universitarias: aprendizajes en la diversidad y cruce*

*de fronteras*. Donde el principal enfoque de la investigación es un enfoque constructivista del proceso, esto implica recuperar aprendizajes previos, académicos y extracurriculares, teóricos y vivenciales. Centro de Extensión de Atención a la Comunidad de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata, y el proyecto de investigación “Construcción del Conocimiento Profesional de Psicólogos y Profesores de Psicología en sistemas de actividad: desafíos y obstáculos del aprendizaje situado en comunidades de práctica” el proyecto de extensión tenía por objetivo organizar redes inter agenciales entre universidad y escuela, para co construir ayudas estratégicas que posibiliten mejoras en la calidad e inclusión educativas. El propósito fue acompañar trayectorias escolares reales.

Sus principales variables de estudio fueron :aprendizaje; sistema de actividad, extensión, investigación donde su muestra está representada por psicólogos, docentes, universidad, estudiantes, escuelas, población su principal método son los sujetos, cuestionarios, matriz de análisis complejo donde las principales conclusiones y resultados de la investigación son que el presente estudio parece dar cuenta, en el entramado del proyecto de extensión, de un “giro con textualista o situacional” (Pintrich 1994). (Baquero 2002) con relación a las tendencias observadas en estudios anteriores, tanto en psicólogos escolares como en docentes de escuelas.

Para el presente estudio, definimos “giro con textualista” como un “cambio en la concepción del aprendizaje tanto de los alumnos como de los agentes profesionales, que no lo sitúa exclusivamente en el individuo, ni en su mente, sino en el seno de un funcionamiento intersubjetivo, en torno a la interacción y la participación en prácticas culturales, como una trama inescindible de cognición y emoción, mente y cuerpo, individuo y situación”. De acuerdo con los ejes delimitados por Coll (1988) para el estudio de Intervenciones psicoeducativas, y en relación

con resultados de estudios anteriores , Erausquin (2007), el análisis de los Instrumentos de reflexión de este grupo de psicólogos profesionales y en formación del proyecto de extensión, presentó mayor frecuencia de respuestas sobre intervenciones dirigidas a grupos, comunidades, e instituciones, entrelazadas con intervenciones dirigidas a personas, unidas en tramas relacionales con otros.

Presentó mayor frecuencia de intervenciones indirectas, mediadas entre agencias e instrumentos diversos y múltiples agentes, con apertura a la interdisciplina. Por último, la acción sobre tramas relacionales complejas favorece una mayor posibilidad de intervenciones proactivas que las tradicionales intervenciones retroactivas o reactivas, dirigidas a problemas ya producidos, señalados y segregados.

Seguido de la investigación de Vera, Galvis y González (2013). *Concretando la tercera misión (3m) de la universidad pública regional. Impactos y percepciones de un proyecto de extensión*, donde su enfoque de investigación es la realización de encuestas de percepción. Con el fin establecer cómo se afecta la percepción de la tercera misión por la participación de proyectos de extensión, se realizaron entrevistas a directivos académicos y profesores de la Universidad que habían participado en uno o más proyectos de extensión.

Las variables de estudio está representada por la tercera misión, extensión universitaria, responsabilidad social universitaria, gestión de proyectos, innovación social , la selección de la muestra fue de 50 personas, y fue realizada por conveniencia sus principales métodos de estudio son información documental de la ejecución del proyecto, entrevistas semiestructuradas a los coordinadores del proyecto y una encuesta de percepción sobre la tercera misión dirigida a una muestra de profesores de la universidad.

El principal objetivo del PCA es la nivelación académica y desarrollo de competencias básicas que permitan a los NNA, una vez terminado su proceso, vincularse al sistema educativo. Para desarrollar el proyecto se estructuran tres componentes fundamentales a saber: el académico, comunitario e institucional. Es importante destacar que para conseguir el éxito de la iniciativa educativa y fortalecer el proceso de ejecución y sostenibilidad del proyecto se requirió del compromiso de los denominados aliados externos: escuelas madres -EM-, las secretarías de educación, las alcaldías y la red institucional construida desde los diferentes estamentos y programas académicos de la Universidad del Magdalena y de otras universidades públicas.

Menciona Álvarez y Valdivia (2015). *La motivación personal del estudiante al servicio de la creatividad para solucionar problemas: un proyecto de extensión* con enfoque de investigación cualitativo ,descriptivo exploratorio sus variables de estudio es la motivación, creatividad, extensión universitaria, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje basado en proyectos, comunidad de práctica virtual la muestra está representada por docentes, estudiantes población, universidad y sus métodos fueron metodologías activas, tales como aprendizaje basado en problemas y aprendizaje basado en proyectos.

La investigación concluye que las motivaciones de los estudiantes y la creatividad puestas de manifiesto para la resolución de problemas son destacables en esta experiencia. La creación de proyectos de extensión que puedan ofrecer un ámbito concreto para la aplicación de metodologías activas en cursos de universidad es vista como una oportunidad por su positivo impacto en la motivación y creatividad de los estudiantes al servicio de la resolución de problemas reales de su entorno. La participación de los estudiantes en un problema concreto y la posibilidad de abordarlo en sus trabajos finales de cátedra generó una notoria motivación en los estudiantes. Sus propuestas,

a partir de determinados lineamientos, fueron diversas y en algunos casos lograron resultados superadores de los esperados, siendo destacables la creatividad e innovación en las soluciones propuestas.

De acuerdo, Quezada (2015). *El voluntariado universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social* con un enfoque cualitativo con sus variables de estudio que fueron representadas por jóvenes universitarios, responsabilidad social universitaria, donde la muestra son los estudiantes, docentes, investigadores el método de investigación son la entrevista semiestructurada como técnica de recolección de datos y a los procedimientos de la teoría fundamentada para analizar los resultados.

Los resultados obtenidos en este caso de estudio ofrecen elementos que permiten proporcionar un triple impacto del voluntariado para el concepto de RSU: fortalece la sensibilidad social y ciudadana de los estudiantes, permite que los estudiantes pongan al servicio de la comunidad sus conocimientos y capacidades para atender alguna necesidad social configurando procesos de aprendizaje servicio no generados desde el plan curricular, y finalmente, favorece el desarrollo de iniciativas que se proyectan en el tiempo más allá del ámbito universitario para propiciar un cambio social que permita un desarrollo más sustentable y justo en la sociedad.

seguido de Orozco (2004). *La extensión universitaria y la Universidad Pública* con enfoque cualitativo donde sus variables de estudio son la extensión universitaria, comunicación, impacto social, la muestra está representada por los docentes, estudiantes, universidad el método de investigación son documentos primarios y secundarios donde sus principales resultados fueron que la universidad pública tiene hoy un papel preponderante en la preservación de las manifestaciones y bienes culturales más preciados en cada sociedad. Entendida así, la universidad

que exigen las condiciones actuales sólo es concebible si su proyecto académico se consolida con el apoyo de un sólido programa de extensión universitaria.

Otro aporte importante es de Riaga (2011). *La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias*. Se hace una revisión sobre el desarrollo de la extensión universitaria en las universidades latinoamericanas, y se describen los avances en las universidades colombianas. Sus principales variables son Educación superior, extensión universitaria, Latinoamérica, universidades, Colombia (Nota: Tesouro de la Unesco). Se realizó una revisión documental, apoyada en fuentes secundarias, especialmente de artículos sobre resultados de investigación en bases de datos científicas y de documentos institucionales.

Como resultado, se identifican algunos conceptos y modelos, así como experiencias específicas en el desarrollo de la función de extensión y las perspectivas que se vislumbran hacia su fortalecimiento. En conclusión, se destaca la vigencia del tema y su importancia como función sustantiva, que debe hacer una lectura rigurosa de las necesidades del entorno, proyectar sus saberes y ofrecer soluciones a las problemáticas específicas. de los países latinoamericanos, en una interacción de doble vía, que enriquezca a la universidad y a la sociedad en general.

De acuerdo con Gómez (2014). *Extensión universitaria, proyección social y su relación con la investigación y formación profesional en el marco del proceso de acreditación universitaria en la FII*. La investigación es de tipo aplicada, de carácter descriptivo, la misma que ha partido de un proceso de recopilación de experiencias y reflexiones sobre la extensión universitaria en Latinoamérica y la aproximación empírica, a través de encuestas, sobre la percepción de esta función en docentes y estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial. El trabajo de campo se

orientó a conocer la percepción de los estudiantes de la facultad de Ingeniería Industrial acerca de la función de extensión universitaria.

Se consideró una muestra representativa y aleatoria de estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, es necesario asumir una concepción integral de extensión universitaria, que aproxime a la universidad a la integración e interacción con la comunidad de la que forma parte. Las universidades latinoamericanas, dado el desarrollo de las economías en que se hallan insertas, tienen todavía el rol de aproximación social con la sociedad, siendo fundamental esta aproximación tanto para llevar conocimiento y cultura, como para recoger las experiencias que en ella se dan.

En el caso de la Facultad de Ingeniería Industrial se proponen lineamientos para una nueva ejecutoria de esta importante función, teniendo en cuenta, además, que existe un marcado divorcio del estamento estudiantil de las actividades que le corresponden a la facultad en extensión universitaria y proyección social.

Por lo que se sintetiza el estado del arte en la siguiente tabla:

**Tabla 1.** *Resumen del estado del arte.*

<b>Autor</b>	<b>Tema</b>
Cobo (2020)	<i>Contabilidad para micro, pequeña y mediana empresa: 9 aspectos clave para aplicarlo</i>

Cabrera (2016)	<i>El reto de la práctica contable de las empresas PYME de Latinoamérica.</i>
Gonzalo (2021).	<i>Empresas fracasan por falta de contabilidad.</i>
Molinari (2008).	<i>¿Por qué fracasan algunos emprendedores? Los quince errores más frecuentes.</i>
Funides (2016).	<i>Competencias que demandan las empresas en Nicaragua</i>
Urcuyo (2016).	<i>FUNIDES. Identificando algunas barreras al crecimiento económico y reducción de pobreza en Nicaragua</i>
SCORE Asociación (2020).	<i>Los 10 principales errores de contabilidad de las pequeñas empresas</i>
Franco (2011).	<i>FUNIDES. Causas del crecimiento económico de largo plazo de Nicaragua.</i>
<i>Encuesta de Empresas Sostenibles Nicaragua 2015.</i>	<i>identificación de obstáculos para el desarrollo empresarial / Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP); Organización Internacional del Trabajo.</i>
Cortés y Henao (2018).	<i>En su estudio Micro, pequeña y mediana empresa: análisis empírico de algunos problemas.</i>

González y Bermúdez (2010)	microempresarios existe un elevado desconocimiento de herramientas gerenciales
Valverde (2011)	Técnicas gerenciales simples, antiguas y muy conocidas
Gómez (2015).	<i>La investigación desde las prácticas de familiarización</i>
Gazo (2018).	<i>Prácticas profesionales, Proyección y Extensión Social.</i>
Ramírez, Guerrero, y Toruño (2017)	<i>Aportes de la administración de recursos humanos en el desarrollo organizacional del Hospital de Pueblo Nuevo</i>
Ramón y González (2019).	<i>La responsabilidad social de la universidad: antecedentes, conceptos, tendencias y retos de la extensión universitaria.</i>
Cordón (2019).	<i>Integración de las funciones sustantivas de la universidad y relación Universidad-Sociedad-Estado.</i>
Padilla (2019).	<i>Función social de la universidad, integración de las funciones sustantivas, con la comunidad, equipo de trabajo y disciplinas</i>
Padilla (2019).	<i>Función social de la universidad, integración de las funciones sustantivas, con la comunidad, equipo de trabajo y disciplinas</i>

Baca y Herrera (2016).	<i>Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales</i>
Olivas y Córdoba (2019).	<i>Experiencia de la transformación socio- económica en la comunidad y la familia a través de los egresados del programa UNICAM en el “ La Sabana” Departamento de Madriz y Miraflor Sub-zona del Municipio de Estelí, en el primer semestre del año 2019</i>
Benavidez, Guzmán, y Rojas (2019).	<i>Vínculo Estado-Sector tecnológico-Productivo y su contribución a la innovación en INTA Nicaragua 2013-2018</i>
Guzmán (2017).	<i>La innovación como estrategia para el desarrollo de los sistemas en la agricultura familiar de Nicaragua</i>
García (2019).	<i>Aportes del bufete jurídico Roberto González UNAN-Managua en la defensa de los derechos fundamentales</i>
Sánchez (2020).	<i>Qué es el Fondo para Proyectos de Investigación (FPI) en la UNAN Managua</i>
González, Betanco, y Medrano (2017).	<i>Relación del perfil profesional y desempeño laboral del seguimiento a graduado de la licenciatura en fisioterapia de los años 2005 y 2009</i>
Salazar (2017)	<i>con su investigación, Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua</i>

Eurasquin y Zabaleta (2006).	<i>Articulación entre investigación y extensión universitarias: aprendizajes en la diversidad y cruce de fronteras</i>
Vera, Galvis y González (2013).	<i>Concretando la tercera misión (3m) de la universidad pública regional. Impactos y percepciones de un proyecto de extensión</i>
Álvarez y Valdivia (2015).	<i>La motivación personal del estudiante al servicio de la creatividad para solucionar problemas: un proyecto de extensión</i>
Quezada (2015).	<i>El voluntariado universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social</i>
Orozco (2004).	<i>La extensión universitaria y la Universidad Pública</i>
Riaga (2011).	<i>La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias</i>
Gómez (2014).	<i>Extensión universitaria, proyección social y su relación con la investigación y formación profesional en el marco del proceso de acreditación universitaria en la FII.</i>

**Nota:** Elaboración Propia.

### **Capítulo III. Marco teórico**

El presente capítulo asegura la consistencia, fundamentación y orientación teórica de la investigación, basada en las variables objeto de estudio, encontrando una gran variedad bibliográfica, de los cuales se extrajo los conceptos y definiciones que delimitan esta investigación, en el que se muestra los principales debates, resultados y demás aspectos pertinentes y relevantes sobre el tema de interés; obtenido de los distintos medios de información como bibliotecas, libros, internet, revistas y artículos.

#### **3.1 Educación**

##### ***3.1.1 Ontología***

De acuerdo a Ballester (2004), En esta parte se argumenta que el posicionamiento ontológico y epistemológico de una investigación educativa se realiza con el fin de sentar las bases paradigmáticas, o sea de los sistemas básicos de creencias, teorías y valores, propios de una comunidad científica, que pueda dar razones de cómo una "realidad" es comprendida y explicada con suficiencia, mientras estas no se vean cuestionadas por anomalías que desafíen en cantidad y coherencias la visión científica de esa realidad y de las soluciones con la que es atendida (p.51).

##### ***3.1.3 Enfoque epistemológico general***

Se precisa de una teoría fundamental que responda a la pregunta epistemológica de la investigación, esto se puede encontrar en el enfoque pedagógico más amplio. Retomando el trabajo de:

González García (2014), por enfoque pedagógico se comprende al referente teórico que centra el interés sobre un hecho o problema educativo, desde unos supuestos previos, para tratar de resolverlo acertadamente; el enfoque pedagógico aborda los roles del docente y del estudiante, del conocimiento y el aprendizaje a ser desarrollados (p.55-58); quedando la tarea de seleccionar aquel enfoque que se aproxime y responda en la práctica a las expectativas del hecho educativo esperado. (pp. 59-64).

### ***3.1.4 Enfoque epistemológico específico***

Así mismo, Friere (1970), en su obra de la *Pedagogía del Oprimido*. La propuesta de Freire es la educación problematizadora que niega el sistema unidireccional propuesto por la educación bancaria debido a que da existencia a una comunicación de ida y vuelta, y elimina la contradicción entre educadores y educandos. Ambos, educador y educandos, se educan entre sí mientras se establece un diálogo en el cual tiene lugar el proceso educativo. Con la educación problematizadora se apunta claramente hacia la liberación y la independencia, destruye la pasividad del educando y lo incita a la búsqueda de la transformación de la realidad, en la que opresor y oprimido encontrarán la liberación humanizándose.

### ***3.1.5 Educación como una organización social***

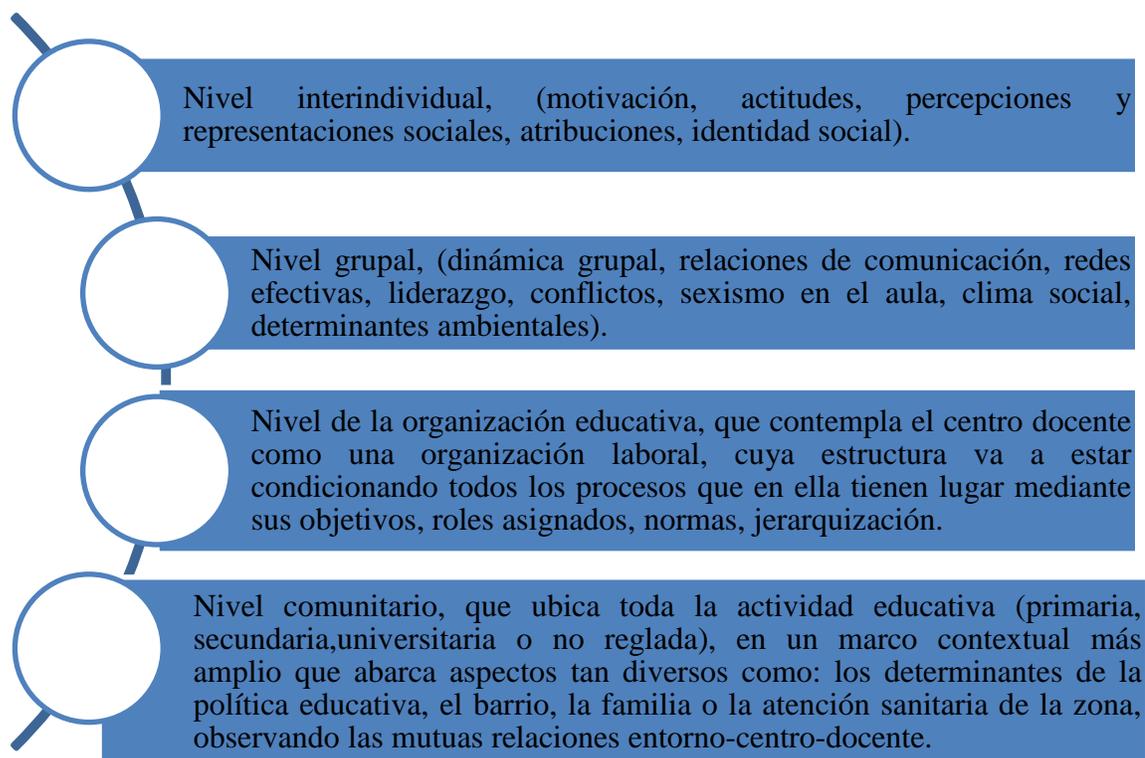
De acuerdo Katz y Kahn (2016), los Sistemas sociales señalan un modelo teórico para la comprensión de las organizaciones es un sistema input-output de energía. Las organizaciones sociales son sistemas abiertos en los que el input de energías y la conversión del output en input energético ulterior consisten en transacciones entre la organización y su ambiente.

De igual manera Miller (1979). Define las organizaciones como "sistemas con decisores multiescalonadas cuyos componentes o subcomponentes de sociedades. La diferencia respecto a otros sistemas sociales consiste en que aquellas tienen siempre 2 escalones en sus decisiones, aunque sean pequeños.

señala Weick (1969) que la organización hace algo y una vez hecho su producto o resultado pasa a formar parte de su propio entorno del cual esa misma organización ha de incorporar nuevos inputs para mantener su estructura y orden interno. *La organización no sólo interactúa con su ambiente, sino que contribuye a su construcción o destrucción y puede intervenir en su "diseño".*

- **Niveles de análisis de la realidad psicosocioeducativa.**

Una definición simple y sintética de la disciplina, podría caracterizar la psicología social de la educación como el *estudio de las relaciones interpersonales en Educación*. Sin embargo, para que no resulte excesivamente genérica, se concreta haciendo referencia a los posibles niveles desde los que se puede abordar su estudio:



**Ilustración 1.** Niveles de análisis de la realidad psicosocioeducativa.

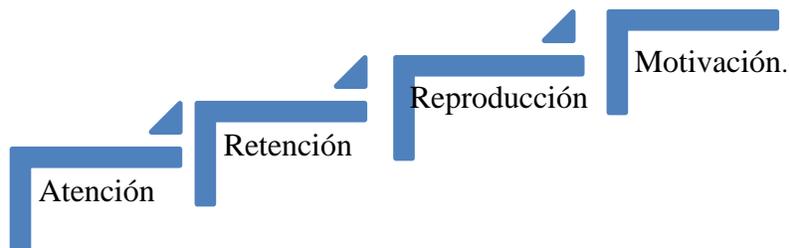
*Nota: Tomado de Puertas, V. S (2015). Elaboración propia.*

Dicho esto, se podría definir la psicología social de la educación como la disciplina que estudia el proceso educativo como proceso social, las interacciones que implica y el contexto en el que se produce.

### **3.1.6 Socialización como aprendizaje de comportamientos**

Por aprendizaje se entiende una modificación más o menos permanente en el comportamiento o capacidad de un organismo, resultado de su experiencia en el ambiente. Éste se produce por condicionamiento y por imitación u observación de un modelo.

Se propone cuatro procesos que dirigen o controlan el aprendizaje por observación:



**Ilustración 2.** Niveles de análisis de la realidad psicosocioeducativa.

*Nota: Tomado de Puertas, V.S (2015). Elaboración propia*

### **3.1.7 La educación en la sociedad del conocimiento**

Desde luego, el concepto de la sociedad del conocimiento no es el único empleado para describir los cambios sociales en las sociedades actuales. También se usan otras nociones como, la sociedad de la información y la sociedad red.

Al concepto de la sociedad del conocimiento, el de la sociedad red sostiene que la transformación actual de la sociedad indica un cambio de modo de producción social, dada la creciente importancia de la información o del conocimiento para los procesos socioeconómicos.

De acuerdo con Karten (2006). El concepto actual de la sociedad del conocimiento no está centrado en el progreso tecnológico, sino que lo considera como un factor del cambio social entre otros, como, la expansión de la educación. Según este enfoque, el conocimiento será cada vez más la base de los procesos sociales en diversos ámbitos funcionales de las sociedades. Crece la importancia del conocimiento como recurso económico, lo que conlleva la necesidad de aprender

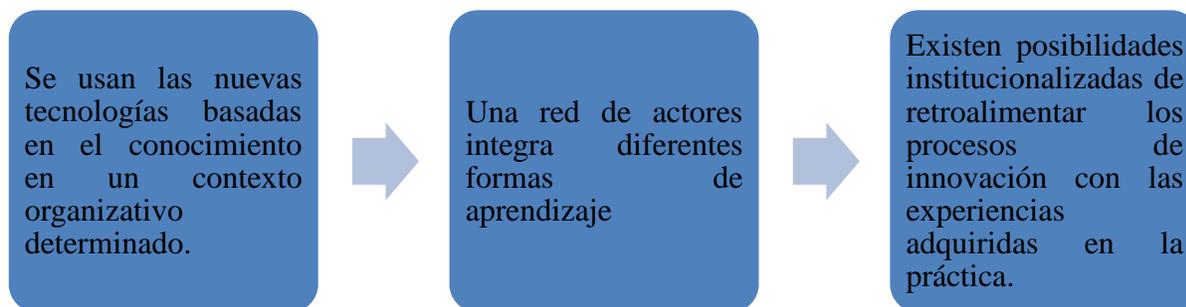
a lo largo de toda la vida. Pero igualmente crece la conciencia del no-saber y la conciencia de los riesgos de la sociedad moderna.

En este sentido se considera que el mayor conocimiento produce también más desconocimiento. Mientras los conocimientos aumentan con gran rapidez, el saber de lo que no sabemos aumenta con velocidad aún más vertiginosa.

Indica Evers (2000). Por lo tanto, uno de los rasgos de la sociedad del conocimiento es el aumento de las zonas de incertidumbre, convirtiendo la ignorancia, entendida como el desconocimiento del no-conocimiento en incertidumbre, entendido como el conocimiento del no-conocimiento (sé, que no sé). (p. 8).

Según Krohn (1997). La práctica experimental es más que la simple “prueba y error”, es el intento sistemático de procesar colectivamente y aprender de la experiencia. (p. 66).

Se puede hablar de una práctica experimental cuando:

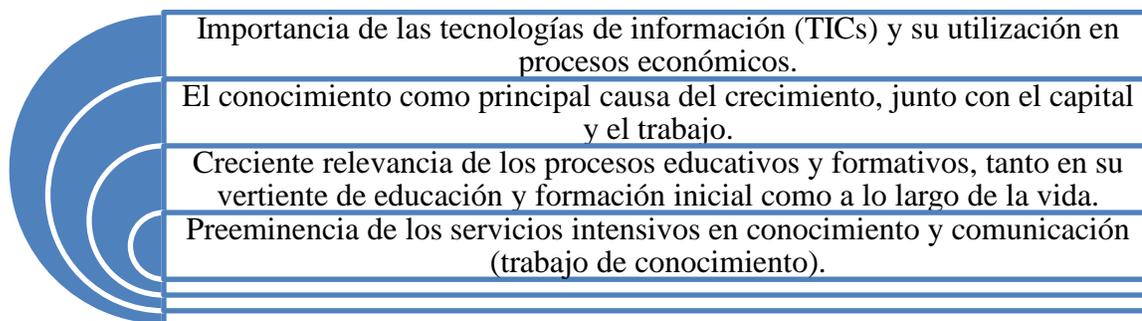


***Ilustración 3. Práctica elemental.***

*Nota: Tomado de Krohn (1997. p. 66). Elaboración propia.*

Díaz (2011). El concepto de sociedad del conocimiento es utilizado en la ciencia política, en las ciencias sociales, en los fenómenos y procesos de la educación en los distintos niveles de instrucción y, específicamente, en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

De acuerdo con Heindenreich, existen cuatro características asociadas con este concepto:



Importancia de las tecnologías de información (TICs) y su utilización en procesos económicos.
El conocimiento como principal causa del crecimiento, junto con el capital y el trabajo.
Creciente relevancia de los procesos educativos y formativos, tanto en su vertiente de educación y formación inicial como a lo largo de la vida.
Preeminencia de los servicios intensivos en conocimiento y comunicación (trabajo de conocimiento).

**Ilustración 4.** *Características de la sociedad del conocimiento.*

*Nota: Tomado Heindenreich. Elaboración propia.*

Requiere encontrar indicadores para precisar este concepto. En congruencia con Heidenreich, éstos serían:

- Económico. El importante crecimiento de los mercados globalizados de divisas, finanzas y capitales frente a los mercados de productos conduciría a que la estructura ocupacional cambie en favor del crecimiento de personal altamente calificado.
- Político. Las decisiones políticas dependen cada vez más de una legitimización científica. Educación. La transformación de las universidades desde instituciones de élite hacia instituciones de educación superior masificadas y la enseñanza asociada con la actividad investigativa, el desarrollo y la innovación.

- Cultural. Niveles de globalización y el uso de Internet.

Menciona, Díaz (2011). Las universidades deben hacer un gran esfuerzo para desarrollar la actividad científica debido a tres razones esenciales:

- Para perfeccionar su propia misión principal debe necesariamente realizar investigaciones pedagógicas que fomenten la perfección de su calidad de docentes, sin descuidar la necesidad de realizar otro tipo de ellas.
- La investigación científica favorece el desarrollo científico de los profesores, amplía su horizonte intelectual y les permite tener una actualización en su campo, abriendo oportunidades a sus alumnos de incorporarse a estas investigaciones.
- La actividad investigativa realizada por los estudiantes es la forma de integración más eficiente de los conocimientos.

### ***3.1.8 Sociedad de la información hacia la sociedad del conocimiento***

Como menciona Joan (2001), La causa principal de la falta de conocimiento es principalmente el exceso de información, además de la falta de habilidad para procesar la información necesaria en este contexto donde se encuentra hoy, para que esta información se convierta en conocimiento es necesario la puesta en marcha.

Así mismo, Paur, Rosanigo y Bramati (2006). La sociedad exige profesionales competentes y para ello se requiere fomentar en el estudiante su disposición y capacidad para adquirir nuevos conocimientos, habilidades y hábitos a partir de distintas fuentes y emplearlos para la auto superación ulterior o en la resolución de un problema real, permitiendo desarrollar una actividad intelectual independiente, reflexiva y crítica, en contraposición con la imitación o la copia.

Las regiones o países que aspiren a competir en los nuevos espacios económicos tienen que dar especial atención a la formación de sus recursos humanos, al desarrollo científico, al progreso técnico y a la acumulación de información, lo que significa que deben priorizar las inversiones en educación, ciencia, tecnología e investigación.

Sin duda las nuevas tecnologías pueden suministrar medios para mejorar y efectivizar los procesos de enseñanza-aprendizaje, pero su utilización a favor o en contra de una sociedad más justa dependerá en gran medida de la educación, de los conocimientos y la capacidad crítica de sus usuarios, que son las personas que ahora estamos formando. Se debe educar teniendo presente este concepto.

La UNESCO señala que el elemento central de las sociedades del conocimiento es la “capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano” (UNESCO, 2005).

En una sociedad del conocimiento se erosionan las estructuras reguladoras de forma más rápida y este tipo de sociedad está caracterizada por el desarrollo de nuevas reglas. Por lo tanto, las sociedades del conocimiento ganan en estabilidad, pero también en inseguridad y fragilidad. En las sociedades del conocimiento no se constituyen necesariamente unidades sociales e intelectuales homogéneas, sino que ellas son caracterizadas por la existencia paralela o conjunto de diferentes formas de organización y pensamiento social.

### ***3.1.9 Competencias***

En el campo de del enfoque epistemológico basado en competencias se destacan varias investigaciones las cuales se detallan: Mertens (1996), citado en Sepúlveda (2014), Bunk (1994),

UNESCO (1995), Tobón (2006) recogiendo a Vargas (1999), Villa y Poblete (2006) citado en García, (2016), Reyes y Judith (2008), López (2011). Estrada (2014), (Villa y Poblete, 2007, citado por Bolívar, 2011), Pinilla (1999), citado por Rodríguez (2007), Simpson, J (2003), Martínez (2008), Trullén (2008), Gavidia, Aguilar y Carratalá (2011), Sánchez (2004), Acosta (2002), Barrio (2005), Rodríguez (2012).

Las competencias son “la capacidad de poner en práctica una forma integrada y dinámica conocimientos, habilidades, actitudes y valores para enfrentar la solución de problemas de la vida sean estos de carácter personal, profesional o social” (Sampaio, Leite, y de Armas. 2015), Con base en esta definición, la competencia se puede interpretar como la integración de conocimientos, habilidades, actitudes, valores y experiencias que una persona tiene y que se despliegan al resolver tareas de la profesión. (p.24).

Competencias genéricas consisten en conocimientos, habilidades y actitudes necesarias en diversas profesiones. Es decir, tienen carácter transferible. Debido a su relevancia, las competencias genéricas son definidas por la universidad en respuestas a las necesidades de la sociedad. Estas competencias se integran de forma transversal en los componentes curriculares (asignaturas), que incluyen los ejes integradores. La competencia de investigación es integradora por lo tanto es un elemento esencial de los ejes integradores.

Además de las competencias antes mencionadas, es necesario que las carreras desarrollen en los ejes curriculares (transversales) los valores institucionales: compromiso social, equidad, justicia, igualdad de oportunidades, honestidad y transparencia, respeto a los derechos humanos, respeto a la diversidad, respeto al medio ambiente, ética profesional, responsabilidad social e

institucional, identidad institucional y sentimiento de pertenencia, tolerancia y solidaridad, identidad, cultura nacional y valores patrióticos.

Según el Marco Europeo de Competencias Clave (citado por Bolívar, 2009). Competencia se define como: “la habilidad para iniciar el aprendizaje y persistir en él, para organizar su propio aprendizaje y gestionar el tiempo y la información eficazmente, ya sea individualmente o en grupos. Esta competencia conlleva ser consciente del propio proceso de aprendizaje y de las necesidades de aprendizaje de cada uno, determinar las oportunidades disponibles y ser capaz de superar los obstáculos con el fin de culminar el aprendizaje con éxito. Dicha competencia significa adquirir, procesar y asimilar nuevos conocimientos y capacidades, así como buscar orientaciones y hacer uso de ellas (...)”

Menciona Bolívar (2009). Esta competencia comprende tres dimensiones: la dimensión cognitiva, incluye habilidades básicas que permiten obtener y procesar nuevos conocimientos; la dimensión afectiva o emocional, incluye factores que contribuyen a crear situaciones favorables para aprender a aprender, como autoestima y seguridad en sí mismo, motivación para aprender, superar el miedo al fracaso y aprender de los errores y la dimensión metacognitiva, se refiere al conocimiento y a la reflexión sobre los propios procesos de aprendizaje, al control de ese proceso y a tomar conciencia del mismo.

De acuerdo con lo citado se puede decir que las competencias transversales son la base del aprendizaje a lo largo de toda la vida, porque en ellas se desarrollan habilidades cognoscitivas, críticas y de autocrítica; capacidades individuales, metodológicas, de comprensión, de sensibilidad de conocimiento y destrezas.

En el documento de la Universidad de Deusto titulado Normas y orientaciones para la elaboración de programas y guías de aprendizaje (2006), se define la competencia como el buen desempeño en contextos diversos y auténticos basado en la integración y la activación de conocimientos, normas, técnicas, procedimientos, habilidades y destrezas, actitudes y valores.

De igual manera el documento orienta al desempeño e integración de diversos conocimientos que se integran para adquirir la competencia.

Destaca, Simpson (2003). Define las competencias transversales, no solo como un conjunto de conocimientos, sino, como un constructo complejo formado de conocimientos, habilidades y actitudes en distintas áreas, requerirá la necesidad de establecer procedimientos de evaluación que sean capaces de medir la complejidad de todo este aprendizaje profundo, evitando la simple evaluación de estrategias superficiales de aprendizaje.

El autor menciona que la competencia transversal es la que se interconecta con distintas áreas del conocimiento y que requiere de evaluaciones profundas.

Continuando con, Martínez (2008). Destaca que el fomento de las competencias emprendedoras por medio de la educación debe potenciar la creatividad y generar la cultura emprendedora, desarrollar las potencialidades humanas necesarias para una convivencia democrática. Desde esta perspectiva la competencia emprendedora permite no solo el desarrollo económico sino también el desarrollo personal y social.

Como menciona el emprendimiento es una potencialidad para el éxito profesional personal y social para cumplir con las exigencias económicas y sociales.

Al mismo tiempo, Trullén (2008). Una competencia genérica o transversal es aquella que es común a todos los perfiles profesionales o disciplinas, se diferencia de una competencia específica, que determina un espacio profesional concreto.

El autor considera que las competencias transversales están direccionadas a todos los perfiles profesionales y dependiendo de ellas se convierten en específicas.

De la misma forma, Gavidia, Aguilar y Carratalá (2011). Promueven actitudes que inciden en los valores personales, globales, que significaban normas de conducta o marcaban pautas de comportamiento que contribuían al desarrollo integral de la persona.

Los autores centran la atención en el sujeto que se desarrolla en un contexto donde adquieren actitudes que le dan sentido al desempeño, promoviendo con ello la integridad en su formación.

A criterio de Sánchez (2004). Las competencias transversales también conocidas como genéricas son un grupo de competencias que nacen de la intersección entre las diferentes disciplinas. De esta forma se comprende que dichas competencias no están directamente ligadas a ninguna disciplina, sino que se pueden aplicar a una variedad de áreas y situaciones.

Donde estos mencionan que las competencias son amplias y necesitan del conocimiento de diferentes disciplinas para ser llamada competencia transversal.

También, Acosta (2002), declara diversas acepciones de utilización de la transversalidad, tres casos: En el primer caso se señalan un conjunto de competencias que tienen que ver con actitudes, con la construcción de conceptos fundamentales y con competencias metodológicas

generales. Entre las actitudes se señalan aquellas que sirven para el desarrollo de la personalidad, la adquisición de la autonomía y el aprendizaje de la vida social: la responsabilidad, el respeto de las reglas, la tolerancia, la cooperación, el saber escuchar y la sensibilidad estética, entre otros.

Se entiende por temas transversales un conjunto de contenidos educativos, que responden a un proyecto pertinente de sociedad y de educación. Por consiguiente, están plenamente justificados dentro del marco social en el que ha de desarrollarse toda la educación. En el tercer caso, transversal es aquel contenido que atraviesa e impregna el proceso de enseñanza-aprendizaje, aquel sobre el cual gira toda la enseñanza. Los contenidos transversales son aquellos temas que, no estando precisados en las diversas asignaturas, son transmitidos, consciente o inconscientemente por el educador en el mismo acto de enseñar.

De acuerdo con lo citado los casos fundamentales de la competencia transversal se impregna en el proceso de enseñanza-aprendizaje, aquel sobre el cual gira toda la enseñanza.

Algo semejante ocurre con, Barrio (2005). Las personas deben adquirir las competencias transversales que, sin ser específicas de un determinado puesto de trabajo o de una determinada profesión, y por tanto, transferibles a un amplio grupo de tareas desarrolladas en contextos laborales diversos, son necesarias para desarrollar las diferentes tareas en el nivel requerido por el empleo, con el doble objetivo de favorecer la empleabilidad de los estudiantes y reducir la obsolescencia de los trabajadores al proporcionarles mayores posibilidades de adaptación.

La competencia transversal considera que favorecen la oportunidad de trabajo de los estudiantes y mejores condiciones de vida al ser aplicadas en diferentes tareas.

Así como, Rodríguez (2012), las competencias transversales son aquellas competencias genéricas, comunes a la mayoría de las profesiones y que se relacionan con la puesta en práctica integrada de aptitudes, rasgos de personalidad, conocimientos adquiridos y también valores.

Aquellas competencias que son necesarias para el desempeño de forma idónea permitiendo una adaptación al mundo laboral.

Gonczi (1997) dice que el enfoque integrado de la competencia se produce por la combinación de atributos, tareas y contextos. Este reúne las críticas de los diferentes enfoques de competencia que se encuentran en la literatura, lo que permite la incorporación de la ética y los valores como elementos del desempeño competente, la necesidad de la práctica reflexiva, la importancia del contexto cultural y el hecho de que podría haber más de una manera de trabajar de forma competente.

Según Beneitone et al. (2007). Representa una combinación dinámica de conocimientos, comprensión, habilidades y capacidades. El fomento de las competencias es el objetivo de los programas educativos. Las competencias se forman en varias unidades del curso y son evaluadas en diferentes etapas. (p. 37).

Constructivista: define las competencias del ser humano, con sus acciones, el rendimiento y las capacidades mentales.

Según Vygotsky (1979), la competencia debe ser la capacidad del gestor para adaptar sus decisiones, hábilmente y con antelación, frente a la evolución del contexto. Este enfoque construye la competencia basada en el contexto y las tareas demandadas.

### **3.1.10 Innovación pedagógica**

Menciona, Imbernón 1996 (...) la actitud y el proceso de indagación de nuevas ideas, propuestas y aportaciones, efectuadas de manera colectiva, para la solución de situaciones problemáticas de la práctica, lo que comportará un cambio en los contextos y en la práctica institucional de la educación. (p. 64).

De la Herrán y Paredes (2012) (...) toda acción planificada para producir un cambio de mejora en las instituciones educativas –cultura, estructura, políticas, metodologías, productos y procesos organizativos (...) En el ámbito universitario (...) se ha centrado particularmente en la enseñanza, el aprendizaje y el cambio cultural y organizacional. (pp. 78-79).

### **3.1.11 Currículo integrado**

En ese sentido, UNAN- Managua (2021). *Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-Managua*. Numeral 5.10.8.2 (p.42) Los componentes curriculares convergen en ***actividades de aprendizaje reales y evaluación integradas e integradoras, para que los estudiantes pongan a prueba su aprendizaje y demuestren el desarrollo de sus competencias.***

#### **Ejes verticales.**

Continuando, UNAN-Managua (2021). *Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-Managua*. Los ejes verticales se clasifican en ejes básicos, ejes profesionalizantes y los ejes integradores. Los dos primeros son ejes temáticos verticales en los que se establecen aquellos contenidos básicos y profesionalizantes, que aportan al desarrollo paulatino de las competencias, ya que buscan la integración de los saberes. Numeral 5.6.2.1 (p.13)

### **3.1.12 Componentes curriculares integradores**

Con base en, UNAN-Managua (2021). *Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-Managua*. Son aquellos que desarrollan la **práctica laboral investigativa y el vínculo universidad–sociedad**, articulando los aprendizajes del semestre o del año. En estas se evidencia el nivel de las competencias alcanzado por el estudiante, por lo que es necesario implementar estrategias de aprendizaje integradoras. En estos componentes curriculares, se desarrollará la práctica laboral investigativa, operativizando así las **funciones docencia, investigación y extensión en la carrera**.

### **3.1.13 Estrategia de evaluación**

Así mismo, Barriga (2006). Indica que es la selección y combinación de métodos, técnicas y recursos que utilizará el profesor para valorar el aprendizaje de los estudiantes. Para el diseño de estas estrategias es necesario que el profesor tome en cuenta el objetivo de la evaluación y dirija las actividades evaluativas a la corroboración del logro de los aprendizajes y al desarrollo de habilidades o competencias.

### **3.1.14 Evaluación por competencias**

Sobre la base de, UNAN-Managua (2021). *Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-Managua*. La evaluación de competencias es la referencia que orientan el proceso de aprendizaje hacia el logro de las competencias. Por ello, ayuda a cualificar de manera objetiva –reduciendo las subjetividades– el desarrollo alcanzado por los estudiantes en relación con los objetivos de aprendizaje y las competencias. Numeral 5.6.6.1 (p.17).

### ***3.1.15 Investigación educativa***

Albert (2007). De forma general, podemos decir que la investigación educativa es la aplicación de conceptos como conocimiento científico, ciencia, método e investigación científicos aplicados todos ellos al **ámbito de la educación**. Trata de las cuestiones y problemas relativos a la naturaleza, epistemología, metodología, fines y objetivos en el marco de la búsqueda progresiva de conocimiento en el ámbito educativo. (pp. 20-25).

### ***3.1.16 Prácticas de formación profesional***

Continuando. UNAN-Managua (2021). *Normativa De Prácticas De Formación Profesional (PFP) y Pasantías*. Se conceptualiza como una práctica académica estudiantil, que contribuye a consolidar (las competencias), los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas por los y las estudiantes, así como el desarrollo de actitudes y valores. (Art 1).

### ***3.1.17 Prácticas laborales extensionistas***

Por lo tanto, UNAN-Managua (2021). *Normativa De Prácticas De Formación Profesional (PFP) y Pasantías*. Se entiende las actividades desarrolladas por el(la) estudiante en la universidad, o una entidad de carácter público o privado perteneciente al sector económico, social, cultural o educativo o cualquier colectivo o territorio donde comparte saberes, con o sin reconocimiento legal, pero que, a juicio de la Universidad, contribuye a la solución de problemas y al desarrollo. Título VI: Otras prácticas, que aportan al desarrollo **de las competencias genéricas y específicas**. Capítulo único: conceptos generales, (artículo 75).

### **3.1.18 Prácticas laborales investigativas**

De acuerdo con, UNAN-Managua (2021). *Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-Managua*, la naturaleza de las carreras y contexto, estas prácticas pueden ser **internas o externas**. Las prácticas internas son aquellas que se desarrollan en los ejes integradores y dentro de la Universidad. Para ello, se pueden emplear estrategias curriculares como resolución de problemas, proyectos, simulaciones, entre otras que abonen al desarrollo de las competencias. Estas se pueden desarrollar en los primeros años de formación. Las prácticas externas se desarrollarán en los años superiores de formación, una vez que los estudiantes hayan alcanzado un nivel de competencia que les permita desempeñarse en los diferentes ámbitos de actuación. (p. 16).

### **3.1.19 Pasantía**

Así mismo, UNAN-Managua (2021). *Normativa De Prácticas De Formación Profesional (PFP) y Pasantías*. Es el proceso organizativo y administrativo, realizado por las Facultades, POLISAL y Centros, relacionado con las acciones que realizarán las y los practicantes, pasantes, tutores y mentores internos durante un período de tiempo en una institución del Estado, Sociedad, la empresa, a nivel nacional e internacional, a fin de finalizar con éxito la planificación establecida. Se realizan observaciones en las aulas de clase y **centros de Prácticas de Formación Profesional** y de Pasantías para corroborar: el **desarrollo de las estrategias integradoras, la integración en la evaluación de los aprendizajes y el desarrollo de las competencias**. Título III, capítulo I, artículo 32. (p13).

### **3.1.20 Producto integrador**

Sobre la base de, UNAN-Managua (2021). *Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-Managua*. Es un trabajo final derivado de una acción integradora, que representa el cumplimiento de objetivos de aprendizaje y el alcance de competencias de nivel, a su vez se desprende de todo el proceso de planificación integrada entre los docentes que desarrollan componentes curriculares en un semestre. (p 21).

### **3.1.21 Acción integradora**

Por su parte, UNAN-Managua (2021). *Estrategia de continuidad de la formación de grado en posgrado*. Es la acción que se logra cuando se conjuntan la docencia, la investigación y la extensión en los componentes curriculares del plan de estudio (prácticas internas desarrolladas en el componente integrador), que alcanza su punto más profesionalizante en las prácticas de formación preprofesional y de formación profesional.

## **3.2 Procesos contables a MIPYME**

### **3.2.1 Contabilidad**

Desde la concepción epistemológica de la teoría económico-deductiva de Richard (2003b), la contabilidad tiene su razón de ser en la medida en que responda a las exigencias de los sistemas particulares donde se inserta. No sería posible prescribir como deber ser contable un solo enfoque de procedimiento contables y una sola interpretación de la contabilidad. La contabilidad se clasifica, según el usuario al que se orienta, en información económico-financiera externa y contabilidad administrativa interna. Hay una relación entre la orientación de dominio por control

y la información económico-financiera externa. La orientación de dominio por propiedad se asocia con la contabilidad administrativo.

La práctica contable nunca podrá ser neutral, al elegírsele, de entre un conjunto de alternativas teóricamente consistentes, lo que se hace es escoger entre diferentes preferencias individuales y distintos efectos económicos alternativos. Desde una óptica epistemológica, esta situación se presenta por el carácter normativo de la contabilidad; la presencia de juicios de valor no sólo es necesaria.

Hendriksen (1974) propone la contabilidad como “una ciencia multiparadigmática”, es decir, con diversos paradigmas y diferentes comunidades científicas. Se pueden presentar dos opciones:

- i. Que los paradigmas compitan entre sí por la búsqueda del monopolio.
- ii. Que los paradigmas coexistan de forma incluyente, complementaria y no excluyente.

El mismo Hendriksen (1974), también expone los siguientes enfoques o paradigmas: “enfoque basado en el razonamiento deductivo y los enfoques axiomáticos, los enfoques inductivos, el enfoque ético, el uso de la teoría de la comunicación, la aplicación de las relaciones basadas en la conducta, el interés en los factores sociológicos, un enfoque macroeconómico, el pragmático, los no teóricos, el de la teoría de las cuentas y el ecléctico. (pp. 3-19).

así mismo, Belkaoui (1993), identifica los siguientes paradigmas en contabilidad: “inductivo-antropológico, deductivo-ingreso verdadero, utilidad de la decisión-modelo de

decisión, utilidad de la decisión comportamiento agregado del mercado, utilidad de la decisión usuario individual e información-economía. (pp. 673-702).

El acompañamiento financiero y contable en los microempresarios, es apremiante, al realizar esfuerzos para que se les oriente en temas que les ayudan en la formación financiera. No se han dado espacios para que haya continuidad en los procesos que emprenden. El estado, los gremios, universidades entre otras brindan asesorías y capacitaciones que orientan de una manera muy general al microempresario, sin tener en cuenta las condiciones y estado actual de la organización.

Valbuena (2010). Expone que: La contabilidad es indispensable en toda empresa, además de ser el soporte de control y servir como punto de partida de todas las decisiones financieras, públicas y de inversión, pues a través de ella se elaboran los estados financieros de acuerdo con normas y principios contables para conocer la situación real de la empresa.” Por último, es importante resaltar, que la contabilidad se lleve de acuerdo con principios y normas que establece la ley, de una forma organizada, sistematizada y fidedigna, con el fin de identificar, interpretar, analizar, evaluar e informar todas las operaciones que se llevan a cabo de una manera más eficiente y rápida, entendiéndose que no es solo un cúmulo de información, al integra los aspectos contables, con los tributarios y administrativos, para la generación de estados financieros.

Para Warren, Reeve y Duchac (2016), la definen como un sistema de información que genera reportes para los usuarios acerca de las actividades económicas y las condicione de un negocio. Considere la contabilidad como el “lenguaje de los negocios”. Esto se debe a que es el medio por el cual la información financiera de una empresa se reporta a los usuarios (p. 3).

Indica, Gerrero y Galindo (2011). definen que : “La contabilidad es una técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuralmente información financiera” (p.21).

Según Romero (2001). La Contabilidad es una ciencia de naturaleza económica,

que se encarga de estudiar, medir, y analizar el patrimonio de las organizaciones, empresas e individuos, con el fin de servir en la toma de decisiones y control, presentando información, previamente registrada, de manera sistemática y útil para las distintas partes interesadas. (p.35).

### ***3.2.2 Objetivos de la contabilidad***

Según Warren, Reeve y Duchac (2016), el objetivo de la contabilidad es aportar información relevante y oportuna para que los usuarios tomen decisiones. Los contadores deben conducirse con ética para que la información que proporcionen sea confiable y, por lo tanto, útil para tomar decisiones.

Se puede mencionar algunos de los objetivos fundamentales de la contabilidad:

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Prever las probabilidades futuras del negocio.

- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.
- Participar en la toma de decisiones estratégicas, tácticas y operacionales, y ayudar a coordinar los efectos en toda la organización.

Para Estupiñan (2017), el principal objetivo y producto final de la contabilidad es la presentación de los estados financieros y sus notas, los cuales se procesarán principalmente bajo “NIIF” Normas Internacionales de Información Financiera o por sus siglas en inglés “IFRS”, en aquellos países que las han adoptado, que son la mayoría en el mundo, las cuales ayudarán a la definitiva globalización de la contabilidad y al entendimiento y comparativo universal en la información financiera (p. 1).

### ***3.2.3 Importancia de la contabilidad a través del conocimiento de sus razones y fines***

La contabilidad es muy importante en cualquier tipo de sociedad, ya sea con fines o sin fines de lucro; la primera desde luego persigue conocer las utilidades o ganancias percibidas y la otra tiene como objetivo conocer la ejecución de los fondos asignados.

Seguido de, Guerrero y Galindo (2014). Aseveran que la contabilidad constituye una actividad de prestación de servicios, cuya función es proporcionar información cuantitativa acerca de las entidades económicas. La información primordialmente es de naturaleza financiera y tiene como fin ser útil para la toma de decisiones de carácter económico (p.21).

Para Molina (2013). En toda administración de una empresa, es importante y necesaria la información financiera ya que es la base para una buena decisión, para que la decisión que se tome sea suficiente y oportuna para los ejecutivos. La administración financiera es la información que da parte la contabilidad ya que es indispensable para la toma de decisiones de la empresa.

Según Cook (1997) define: Se clasifican en dos grandes grupos: Los que tienen un conocimiento de primera mano de las operaciones del negocio y su situación financiera. Por lo tanto, el grado de razonabilidad en que los estados financieros se presentan reflejan la situación actual y los que no tiene el conocimiento no tienen acceso directo con operaciones del negocio y sus aspectos financieros, por consiguiente, necesitan descansar en alguien más para juzgar la razonabilidad de la información financiera en cuanto que representan efectivamente las operaciones del ente económico y su situación financiera. (p.3).

#### ***3.2.4 Los propósitos fundamentales de la contabilidad***

- Establecer un control riguroso sobre cada uno de los recursos y las obligaciones del negocio.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la empresa durante el ejercicio fiscal.
- Proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara y verídica de la situación financiera que guarda el negocio.
- Servir como comprobante y fuente de información, ante terceras personas, de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme lo establecido por la ley.

### ***3.2.5 Finalidad de la contabilidad***

La contabilidad tiene por finalidad determinar la situación de la empresa en su comienzo, controlar las variaciones que se van produciendo a lo largo del ejercicio económico y determinar el resultado del periodo y la situación de la empresa al final del ejercicio. Todo ello se lleva a cabo utilizando una pluralidad de estados contables, entre los que podemos destacar los inventarios, los balances y las cuentas de resultados.

### ***3.2.6 Contabilidad en el campo del conocimiento y su función social***

Para Choi y Mueller (1992). En la sociedad, la contabilidad realiza una función de servicio (social). Esta función está puesta en peligro a menos que la contabilidad permanezca, sobre todo, técnica y socialmente útil. Esto indica que ella debe responder a las necesidades cambiantes de la sociedad y debe reflejar las condiciones culturales, económicas, legales, sociales y políticas en las cuales opera. Su utilidad técnica y social depende de su habilidad de proyectar estas condiciones. (p.45).

Así mismo, Franco (1996). Un sistema de información que no prevea los factores sociales no puede conducir a la toma de una buena decisión, y, aunque ello pueda resultar muy complejo, debe desarrollarse un modelo más realista que contenga tres dimensiones, considerando, además de las relaciones cantidad-precio, los recursos sociales y físicos. (p 49).

### **3.3 Desarrollo emprendedor**

#### ***3.3.1 Definición de emprendimiento***

El término emprendimiento no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

La palabra emprendimiento es de origen francés “entrepreneur” que significa 'pionero'. No obstante, en el siglo XX el economista Joseph Schumpeter ubica al emprendedor como centro del sistema económico, mencionado que “la ganancia viene del cambio, y este es producido por el empresario innovador”.

El emprendimiento, juega un papel muy importante en el desarrollo de las economías y en la creación de empresas, siendo un referente, por su gestión, metodología y resultados alrededor del mundo.

Si se quisiera establecer una premisa de lo que es el emprendimiento, de acuerdo con las definiciones de aportes anteriores por distintos autores, se deduciría que el emprendimiento “Es aquella actitud que posee una persona para dirigirse a establecer un negocio con toda la gestión empresarial, así como también desempeña una visión de proyectar cada valor de su negocio”.

#### ***3.3.2 Importancia del emprendimiento***

Las posibles causas de ser un emprendedor y no emplear serían, las normas laborales de la organización que cada día se vuelven más exigentes, los bajos salarios que remuneran el puesto

del individuo y el contenido del factor social, es decir, la necesidad de ayudar a su semejante, a que estos perciban ingreso económico al momento de emplearlo. Al momento de emprender, pueden llegar a experimentar el éxito o el fracaso, de pasar a ser un empleado a empleador radica en mejorar su nivel socioeconómico.

Rosero y Molina (2008). El emprendimiento es asumido como un factor generador de desarrollos, ya sea económicos, tecnológicos e igualmente de tipo social, con incidencia en diversos contextos.

Además, Torres (2010). El emprendimiento ha generado un cambio de mentalidad en la actualidad resulta ser una de las fórmulas adoptadas para enfrentar las épocas de crisis, de cambio y de incertidumbre a las que se someten las distintas sociedades.

La formación de emprendedores y nuevas empresas es una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de los países, por ello es necesario determinar cuál es su contribución a estos objetivos. El emprendimiento resulta importante por sus efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico.

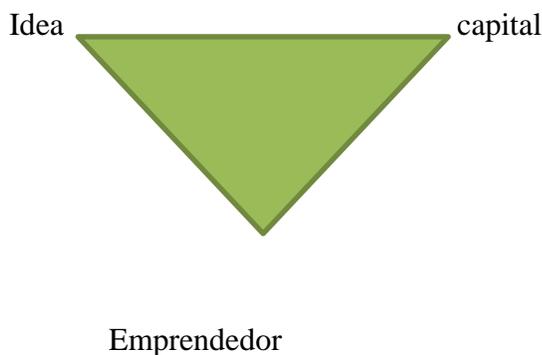
El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos. En América Latina, el 28.7% de la población económicamente activa es autoempleada, el 54.8% es asalariada y el 4% es empleadora. (Fomento, 2013).

Particularmente, el 19% de los jóvenes latinoamericanos se encuentra dentro de un empleo informal, mientras que el 20% no estudia ni trabaja (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). Bajo este

panorama, el emprendimiento tiene un papel clave en el desarrollo del autoempleado. Un independiente creativo que cuente con las motivaciones, capacidades e instrumentos necesarios pasa de autoempleado a emprendedor y desempeña actividades productivas de mayor valor, produce más, genera más ganancias y contrata a más empleados, esto permite la creación de más y mejor empleo.

### 3.3.3 Teorías sobre emprendimiento

- Teoría según Freire: Según la teoría del triángulo invertido propuesta por (Freire, 2008), todo proceso emprendedor combina tres componentes:



#### *Ilustración 5. Triángulo invertido para Emprendedores*

*Nota: (Freire, 2008)*

Freire indica que de la firmeza del emprendedor depende, en gran medida que el modelo no se derrumbe; el emprendedor exitoso o brillante siempre logra el capital o el gran proyecto. Por eso mismo, el problema transcendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud, mercantil o un conjunto de conceptos.

Emprendimiento según Magnus Henrekson: Según Henrekson (2007), indican los siguientes puntos:

“La actividad del emprendedor puede ser tanto a la creación de oportunidades como la respuesta a las circunstancias existentes, donde los emprendedores asumen riesgos a pesar de la incertidumbre”.

“Emprendimiento en una función llevado a cabo por individuos específicos, cuyas actividades pueden ser productivas, improductivas o incluso destructivas desde una perspectiva social”.

Una explicación general del triángulo del emprendedor es que está formado de tres componentes, los cuales son puntos básicos para la viabilidad de una empresa o pequeño negocio. Por lo cual, la función del emprendedor con el capital y las ideas se da de manera conjunta, es decir, si no existiera capital no surgiera una serie de ideas para el negocio, y viceversa, así como también no habría el punto mayor que es el emprendedor.

Esta teoría resulta básica cuando el emprendedor visualice más allá de un capital y de una idea. Por lo tanto, un buen emprendedor tendrá todas las herramientas básicas incluyendo esta teoría para emprender su negocio con factibilidad.

### ***3.3.4 Tipos de emprendimientos***

Según, Caro (2020). Los 12 tipos de emprendimientos se dividen en:

- **Emprendimientos pequeños:** Los pequeños emprendimientos son todos aquellos en los que el propietario dirige su empresa y trabaja con un par de empleados, usualmente familiares. Son

negocios como tiendas de abarrotes, peluquerías, carpinterías, plomeros, electricistas, entre otros.

- **Emprendimientos escalables:** Los emprendimientos escalables son empresas pequeñas en su inicio, pero que están concebidas como proyectos que pueden alcanzar un gran crecimiento. Este es el caso de los emprendimientos de innovación tecnológica, los cuales pueden alcanzar un gran crecimiento en un plazo corto de tiempo.
- **Emprendimientos grandes:** Se refiere a grandes empresas con ciclos de vida finitos. Este tipo de emprendimientos debe mantener una constante innovación en sus productos y servicios para poder crecer.
- **Emprendimientos sociales:** Estos son emprendimientos cuyo propósito central no consiste en capturar una cuota determinada del mercado, sino contribuir al desarrollo social. Con frecuencia suelen ser empresas sin fines de lucro y tienen como objetivos la innovación en el campo de la educación, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente.
- **Emprendimiento innovador:** Son emprendimientos en los cuales un proceso de investigación y desarrollo conduce a la innovación. Esto constituye una fuerte ventaja competitiva al momento de entrar en el mercado, porque garantiza un impacto basado en las necesidades del público objetivo del producto o servicio. Usualmente este tipo de emprendimiento suele estar relacionado con la ciencia y la tecnología.

- **Emprendimiento oportunista:** Se refiere a aquellos emprendimientos que surgen en un contexto donde puede identificarse una necesidad urgente o una oportunidad clara de negocio. Este emprendimiento requiere de una alta sensibilidad para detectar, explotar y ejecutar las oportunidades.
- **Emprendimiento incubador:** Se refiere a aquellos emprendimientos que no están basados en oportunidades emergentes, sino en todo un proceso de incubación previa. Por lo tanto, se enfocan en la satisfacción de aquellas necesidades del mercado que son permanentes y bien conocidas. Este tipo de emprendimiento tiene un proceso largo de investigación, crecimiento y desarrollo.
- **Emprendimiento de imitación:** Este tipo de emprendimiento consiste en la imitación de un producto o servicio que ya tiene éxito dentro del mercado. Puede darse a través de la creación de un producto nuevo o a través de una franquicia.
- **Emprendimiento privado:** Se refiere a aquellas empresas que se desarrollan a través de capital privado. Dentro de este tipo de emprendimiento, la inversión inicial puede provenir de los mismos emprendedores (en el caso de negocios pequeños) o de inversores de riesgo (cuando se trata de proyectos más grandes).
- **Emprendimiento público:** Se refiere a aquellos emprendimientos que desarrolla el sector público a través de sus diferentes agencias de desarrollo. En todos los países es posible encontrar este tipo de iniciativas públicas, enfocadas en cubrir las deficiencias en la oferta de los empresarios privados.

- **Emprendimiento individual:** El emprendimiento individual es el que desarrolla una sola persona o una familia. Este tipo de emprendimiento suele ser más frecuente en el caso de empresas pequeñas, y es poco usual que incluya procesos de investigación y desarrollo.
- **Emprendimiento en masa:** Este tipo de emprendimiento ocurre en contextos sociales donde se presenta un clima favorable para la creación de nuevas empresas. Dicho contexto favorable puede darse gracias a estímulos por parte del gobierno.

En conclusión, cada tipo de emprendimiento se distingue con un fin en un espacio determinado. Por lo tanto, cada uno posee su función para cada negocio según cumpla esas dichas características.

### **3.3.5 MIPYME**

De acuerdo con el Banco Central de Nicaragua (2020). A nivel de región, dicha actividad surge por necesidad y se concentra en sectores tradicionales de la economía, presentando una tasa de mortalidad concentrada en los primeros tres años y orientada a programas de apoyo con carácter asistencialista que perpetúan el emprendimiento por necesidad.

Ahora bien, específicamente en materia de desempeño de la actividad emprendedora, Nicaragua se ubica en la posición 122 de 137 países a nivel global, según el Global Entrepreneurship Index (2018).

Por otra parte, en Nicaragua, se encuentra la Ley número 645 “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, en la cual establece en:

Artículo 1.- Objeto de la Ley: El objeto de la presente Ley es fomentar y desarrollar de manera integral la Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

Artículo 2.- Naturaleza de la Ley: Esta Ley es de orden público e interés económico y social. Su ámbito de aplicación es nacional.

Así mismo, establece el marco legal de promoción y fomento de la micro, pequeña y mediana empresa, denominadas también MIPYME, normando políticas de alcance general.

Artículo 3.- Finalidad de la Ley: Son fines primordiales de la Ley:

1. Establecer principios económicos rectores para el fomento de las MIPYME.
2. Instaurar un sistema de coordinación interinstitucional como un instrumento de apoyo a las políticas de desarrollo y fomento a las MIPYME, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas.
3. Adoptar un instrumento legal de carácter general, que dé lugar a un proceso normativo del cual se deriven nuevos principios legales, reformas de los ya existentes cuando sea necesario, en aquellas áreas y sectores económicos considerados claves para el desarrollo de las MIPYME.
4. Instaurar un proceso educativo y formalización empresarial y asociativo, mediante la reducción de costos monetarios de transacción y la facilitación de procedimientos administrativos ágiles.

5. Promover la existencia de una oferta económica permanente de instrumentos y servicios empresariales de promoción y desarrollo a las MIPYME.

6. Ampliar de manera efectiva, en el ámbito nacional, la implementación de las políticas de fomento a la MIPYME, mediante la incorporación del Gobierno Central, Gobiernos de las Regiones Autónomas y Municipios, a las acciones conjuntas de que se trate.

Artículo 4.- Definición y clasificación de las MIPYME: Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras.

Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos y ventas totales anuales.

Toda persona natural debidamente inscrita como comerciante en el Registro Público Mercantil correspondiente, tendrá los mismos beneficios, deberes y derechos que concede la presente Ley y podrá inscribirse en el Registro Único de las MIPYME.

El Reglamento de esta Ley definirá las características, combinación y ponderación de los parámetros a fin de determinar la clasificación de cada una de las empresas del sector MIPYME.

Ahora bien, dentro del capítulo II de dicha ley se da en el artículo 6, lineamientos Estatales: La acción del Estado en materia de promoción y fomento de las MIPYME deberá orientarse de la siguiente manera:

- Estimular de forma integral el desarrollo de las MIPYME, en un contexto de competitividad.
- Facilitar el fomento y desarrollo integral de las MIPYME, en consideración de sus aptitudes para la generación de empleo, la democratización económica, el desarrollo regional, los encadenamientos entre sectores económicos, el aprovechamiento de pequeños capitales y la capacidad empresarial de los nicaragüenses.
- Promover la instauración de un proceso de formalización empresarial, mediante la reducción o eliminación de costos de transacción, la facilitación y flexibilización de procedimientos en todas las esferas de acción de las MIPYME.
- Promover la existencia de una oferta de instrumentos y servicios empresariales de fomento y desarrollo de las MIPYME.
- Ampliar de manera sistematizada, al ámbito nacional, la implementación de los Programas y Políticas de Promoción y Fomento a las MIPYME mediante la incorporación del Gobierno Central, los Gobiernos Municipales, Gobierno de las Regiones Autónomas y Entidades Educativas, para el desarrollo de las acciones conjuntas que coadyuven y desarrollen los objetivos.
- Promover las inversiones públicas en la construcción y habilitación de infraestructura productiva.

Así mismo señala Herruzo et al (2019). La educación emprendedora consiste en dar una formación fundamental en aspectos y valores como el desarrollo integral del ser humano,

autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, adquisición de conocimientos y estrategias para iniciar negocios y el desarrollo del gusto por la innovación. (p 11).

### ***3.3.6 Concepto de la MIPYME***

Ley Mipyme 645, (2008). Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios entre otras.

El Banco Interamericano de Desarrollo, (2006). Las Micro, pequeña y mediana empresa son el reflejo más exacto de creatividad, dinamismo y adaptabilidad, de la población vulnerable de menores ingresos, que encuentra la oportunidad y opción de mejorar su calidad de vida a través de actividades productivas.

Las cuales se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos y ventas totales anuales.

**Tabla 2. Clasificación de MIPYME.**

<b>Variables</b>	<b>Microempresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Media Empresa</b>
<b>Número de trabajadores</b>	1 – 5	6 - 30	31 - 100
<b>Activos totales (córdobas)</b>	Hasta 200,00 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
<b>Ventas Totales (córdobas)</b>	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

*Nota: Tomado del reglamento de la ley MIPYME, Decreto No 17-2008*

### **3.3.7 Importancia de la MIPYME**

Según Díaz (2011). La importancia de las MIPYME en la economía nicaragüense se debe a su representatividad en cuanto a la cantidad de empresas y del empleo que estas generan. En los últimos años se han emprendido iniciativas para el desarrollo de estas empresas y para su inserción en la dinámica del mercado nacional e internacional.

La importancia en la rentabilidad en el ámbito empresarial justifica la realización de estudios orientados a aportar evidencia empírica acerca de los factores que inciden en el rendimiento de las empresas.

Según (Van der Kamp, 2006) , las empresas en el sector MIPYME en Nicaragua, emplean a sus trabajadores de varias formas; la mayoría de la gente trabaja por cuenta propia, lo que indica la importancia de éstas en la generación de autoempleo, donde en su mayoría se trata de un solo trabajador, aunque además se emplean asalariados permanentes y a miembros de la familia quienes laboran en las empresas sin recibir una remuneración a cambio, esto por los bajos recursos e informalidad en que operan.

Entre los factores sensibles que pueden ser modificados por las políticas públicas y que afectan el desempeño de las MIPYME se encuentran; el clima de negocios y la estructura productiva, incluyendo factores como el acceso a financiamiento, tecnologías, recursos humanos calificados y la existencia de sistemas de articulación productiva, entre otros (CEPAL, 2012). Por lo que se puede afirmar que es de gran importancia la creación de políticas que favorezcan a estas pequeñas empresas que representan un motor importante para nuestra economía.

### ***3.3.8 Características de las MIPYME***

Las Características para destacar en la mayoría de las MIPYME son:

- Personal poco calificado o no profesional: en el caso de las empresas familiares, es común que muchos puestos sean ocupados por parientes, que poseen poca o ninguna formación en administración.
- Poca visión estratégica y capacidad para planear a largo plazo: abrumados por el día a día, los empresarios MIPYME no logran encontrar el tiempo y la forma de analizar sus metas a largo plazo.

- Falta de información acerca del entorno y el mercado: por ser estos muy caros o no tener la estructura o los conocimientos necesarios para generarla en el seno de la propia empresa.
- Falta de innovación tecnológica: puede deberse a falta de recursos, o por no contar con el espíritu innovador necesario.
- Falta de políticas de capacitación: se considera un gasto, no una inversión, al no poder divisar las ventajas a largo plazo que puede generar.

### **3.3.9 Objetivos de desarrollo sostenible**

De acuerdo con el objetivo de Desarrollo Sostenible 8. (p 39) *Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.* Donde la meta del objetivo 8.3. habla de promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las Micro, pequeña y mediana empresa y las pequeñas medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

la meta del objetivo 8.10. (p41). *Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos.*

Dentro del objetivo 9. (p43). *Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.* En la Meta 9.3 Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a

los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados, así como sus indicadores 9.3.1 Proporción del valor añadido total del sector industrial correspondiente a las pequeñas industrias y 9.3.2 Proporción de las pequeñas industrias que han obtenido un préstamo o una línea de crédito.

La meta 9.5 (p44). Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando considerablemente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en investigación y desarrollo por millón de habitantes y los gastos de los sectores público y privado en investigación y desarrollo.

Los negocios o empresas que han estado predominando en nuestra economía son las micro, pequeñas y medias empresas conocidas como MIPYME, estas empresas tienen su origen familiar, con capital propio y conocimientos empírico de controles, dado que éstas surgieron en base a las necesidades de las personas de hacer negocio rápido sin importar los controles administrativos que permitan el crecimiento.

Con una contabilidad rudimentaria que no mide la rentabilidad de la empresa, para su desarrollo sostenible que puedan evaluar su eficacia y eficiencia para la toma de decisiones o aspirar a mayores crecimientos.

Dado al crecimiento acelerado de estas Micro, pequeña y mediana empresa es necesario implementar una guía de modelo contable que ayuden a crecer de una manera sólida a estas empresas , al mismo tiempo sean estas empresas atractivas para diferentes entes externos como son las instituciones financieras, por lo tanto para que una institución apoye aun crédito tiene que

analizar primero a la empresa y hacer un diagnóstico de cuál es su situación y sus capacidades para el otorgamiento del crédito, un adecuado sistema de control interno, administrativo, contable y financiero va a ayudar a que los registros contables y financieros sean veraces, oportunos y confiables y tener una mayor visión de crecimiento.

Se menciona en los Ejes del Programa Nacional de Desarrollo Humano 2018-2021 en su capítulo VI. (p26). El cual habla del trabajo y prosperidad.

- Fomentar políticas para la generación de empleos en todas sus formas, impulsando su formalidad.
- Dignificar y promover la generación de trabajos por cuenta propia que permitan establecer negocios personales y familiares, y ofertar servicios.
- Promover en las personas el emprendimiento, los pequeños negocios y la asociatividad para dinamizar el empleo.
- Garantizar el acceso a los trabajadores a los beneficios de la seguridad social y convenciones colectivas.

Al impulsar la formalidad el empresario debe tener en cuenta que existe una relación entre información contable y manejo administrativo, donde se manifiesta que para que el manejo administrativo sea eficiente, la información contable debe ser oportuna, confiable, útil, organizada, independientemente de su tamaño, actividad económica o tipo de empresa.

De igual manera dentro de los Ejes del Programa Nacional de Desarrollo Humano 2018-2021 (p29). Pequeña y mediana industria.

1. Fortalecer y transformar a la pequeña y mediana industria, promoviendo su formalización y registro, brindando capacitación, creando condiciones para el acceso a los mercados y fomentando el acceso al financiamiento.
2. Promover el desarrollo de nuevos emprendimientos, así como las inversiones que incrementen las capacidades productivas.
3. Promover la conformación de redes asociativas horizontales con la pequeña y mediana industria y redes de proveedores de la empresa privada.

El Modelo de información contable y el acompañamiento, al microempresario busca aplicar la realidad económica del negocio, de acuerdo con las necesidades que tenga cada microempresario. De esta manera, se incentivan más a continuar con el proceso contable, una vez tenga las herramientas mínimas para el aprendizaje y puesta en marcha de la información contable.

De acuerdo con la Declaración y Plan de Acción. CRES (2018). En su meta 1.1(p56). Menciona la Estrategias indicativas, 1.1.19 Estimular activamente la vinculación estrecha de los ámbitos de investigación científica y tecnológica con las realidades y problemas de la vida social (productiva, ecológica, educativa y cultural), para promover soluciones innovadoras y factibles.

Actualmente las Micro, pequeña y mediana empresa tienen gran contribución a la generación de riqueza y creación de empleo. Sin embargo, tienen dificultades que ponen en riesgo

su estabilidad en el mercado. Por tanto, pretende plantear para las Micro, pequeña y mediana empresa la incorporación de registros contables, financieros con el propósito de ejercer el control y lograr cambios en su estilo gerencial, que les permita ser competitivas, sostenibles y eficientes *en el complejo mundo contemporáneo en el cual están inmersas.*

### ***3.3.10 Estrategias indicativas***

De acuerdo con la Declaración y Plan de Acción. CRES (2018). En se meta 1.4 (p56). Menciona la Estrategias indicativas, 1.4.1 Impulsar el emprendimiento innovador sustentable orientado hacia el cambio de las estructuras productivas.

Impulsar el desarrollo de innovaciones en sectores priorizados para la resolución de problemas, satisfacción de necesidades de la población y aumento de la productividad. Promover procesos de desagregación, transferencia y desarrollo tecnológico, para mejorar la productividad de los factores y crear nuevos conocimientos.

Desarrollar y potenciar infraestructura básica de tecnología y de equipamiento científico, para la gestión y fomento de las innovaciones.

Por lo que esto pretende satisfacer las necesidades de la MIPYME en los controles contables, financieros, administrativos que inciden en el crecimiento, tener controles contables para una toma de decisión adecuada y pertinente. Donde la educación y el aprendizaje incide en gran manera para dar a conocer los procesos y beneficios de llevar los registros adecuados.

### 3.4 Programas de asesoría

Un programa brinda el servicio de asesoría empresarial y fomenta una cultura emprendedora. Por lo tanto, busca disponer de información empresarial que permita conocer de manera oportuna y eficaz el estado que guardan todas las empresas que comprenden, cada una de las herramientas, procedimientos que permitan administrar y analizar los productos o servicios.

El programa realiza acciones como:

- Capacitar en diversos campos de estudio y habilidades propias de las actividades a desarrollar.
- Entrevistar a empresarios de su comunidad o entorno para conocer el status que guardan sus empresas.
- Capturar y administrar la información recopilada.
- Intervenir in situ a fin de ofrecer y compartir experiencias tales que permitan generar un círculo virtuoso con los empresarios, la sociedad y la comunidad en conjunto.

Durante muchos años se han estudiado los fenómenos económicos de las regiones, países y ciudades, tratando de explicar el papel del emprendedor en estos fenómenos.

De acuerdo con Stevenson (1990), comenta que las áreas de investigación en emprendimiento básicamente caen en tres categorías: Qué pasa cuando los emprendedores actúan, por qué actúan y cómo actúan.

Partiendo del concepto que se tiene sobre planeación y programación que para algunas personas son equivalentes, algunos estudios de estos asuntos definen al primer término como el aspecto global de un proceso de desarrollo y al segundo con un grado de mayor concreción, indicando las partes y condiciones de un periodo de tiempo dado, así como los componentes.

Se comienza por nombrar todos los aspectos o componentes que se deben realizar y llevar a cabo:

Tipo y número: Como su nombre lo indica es el número de personas que intervendrán en la ejecución del programa.

- **Determinación de funciones:** Estas pueden ser la línea desde el punto de vista jerárquico, de actividades según los integrantes del personal y supervisión que determinan por quienes y como desarrollará esta labor.
- **Reclutamiento:** Se refiere a la descripción de cómo y dónde se seleccionará el personal necesario.
- **Adiestramiento:** Se relaciona con la preparación especial que se impartirá al personal seleccionado.
- **Elaboración del presupuesto:** Se trata de especificar el presupuesto que se requerirá para la ejecución del programa y se deben desglosar las diversas partidas que lo integran.
- **Plan de obtención de fondos:** Se refiere a la manera como se piensa obtener los fondos que se necesitan para cubrir el presupuesto.
- **Evaluación:** Es la estimación de las realizaciones del programa con relación a los objetivos y procedimientos señalados. La evaluación requiere un adecuado sistema de registro de las actividades que se vayan a llevar a cabo.

El monitoreo es un proceso permanente que consiste en revisar el cumplimiento de las actividades programadas y si con esas actividades estamos alcanzando las metas propuestas.

(Rojas, 2002)El monitoreo es útil porque nos permite:

- Reconocer a tiempo los errores y tomar las medidas correctivas para que no afecten el avance y los logros del proyecto.
- Prevenir o solucionar problemas que se nos pueden presentar en la ejecución de un proyecto.
- Proponer soluciones a los problemas encontrados y tomar las mejores decisiones para realizar las actividades.
- Cumplir con las metas en el tiempo programado y con los recursos presupuestados.
- Prevenir efectos negativos del proyecto y aprovechar los efectos positivos. verificar si se está avanzando en el cumplimiento de los objetivos.

### ***3.4.1 Modelo financiero***

De acuerdo con Pérez (2019), un modelo financiero es una abstracción a una situación económica y financiera de una empresa u organización que sirve como herramienta de gestión y permite proyectar los resultados futuros de las decisiones que se planean tomar en el presente.

En este sentido, un modelo financiero es la representación abstracta de una situación problemática real de una empresa, donde se simplifica la parte en conflicto resaltando las variables a solucionar, tales como ingresos, precios, costos, margen.

### **3.4.2 Objetivo**

El objetivo principal de los modelos es analizar los contextos y performance de las finanzas de la empresa, y asocian su fin a una “predicción”, cuya posibilidad de cumplimiento depende de la implementación de las estrategias que tendrán incidencia en el cumplimiento de las metas propuestas según las variables analizadas.

En cuanto a las empresas, la predicción se plantea como eje fundamental en la toma de decisiones. Pues antes de decidir cuál rumbo se va a llevar, es importante tener una visión de lo que va a ocurrir en el futuro.

### **3.4.3 Tipos de modelo**

De acuerdo con Pérez (2019), pueden clasificarse los modelos en forma general, en dos tipos: Modelos determinísticos y estocásticos.

Según el autor referido, los modelos determinísticos tienen como característica general que la información se conoce y viene de datos históricos. Esta definición supone que cuando el modelo se analiza se tendrá disponibles toda la información necesaria para tomar la decisión. Este modelo es recomendado para resolver situaciones al interior de las empresas. A saber:

- Pueden mostrar diferentes problemas de las empresas y organizaciones.
- Son fáciles de optimizar a través de hojas de cálculo, por lo cual pueden encontrar soluciones óptimas y facilitar la toma de decisiones.
- Ayudan a desarrollar habilidades para la formulación de nuevos modelos en general.

Por otro lado, el autor define los modelos estocásticos a los escenarios de análisis que poseen ciertos niveles de incertidumbre y son difíciles de estimar con información histórica, lo cual, obliga a apoyarse en otras vías o medios, como las probabilidades, basado en la inferencia estadística. “A partir de esos modelos se identifican las variables que llamamos aleatorias, cuya función es contribuir a medir el riesgo que se presenta en la incertidumbre del problema a solucionar”.

### **III. Tercera Parte. Diseño Metodológico**

## **Capítulo IV. Marco general del diseño metodológico**

En esta sección se describe el proceso metodológico utilizado en la elaboración de la presente investigación, así como también las técnicas y métodos aplicados para la recopilación de la información necesaria que serán de utilidad para alcanzar los objetivos establecidos.

En consideración a este capítulo, Balestrini (2006) señala que “el diseño metodológico se refiere a los enfoques, métodos, técnicas, registros, reglas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real”.

Por su parte Finol y Camacho (2008) comentan que el “diseño metodológico está referido al cómo se realiza la investigación, muestra el tipo y diseño de la investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, validez y confiabilidad, y las técnicas para el análisis de los datos” (p.235).

### **4.1. Paradigma de la investigación**

Por ello para presentar el paradigma que más se ajusta a los propósitos establecidos en la investigación, es necesario empezar con una exposición puntual de la conceptualización. Según Flores (2004), un paradigma engloba un sistema de creencias sobre la realidad, la visión del mundo, el lugar que el individuo ocupa en él y las diversas relaciones que esa postura permitiría con lo que se considera existente.

Para Patton (1990) el paradigma indica y guía a sus seguidores en relación con lo que es legítimo, válido y razonable. El paradigma se convierte en una especie de gafas que permitirán al

investigador poder ver la realidad desde una perspectiva determinada, por tanto, éste determinará en gran medida, la forma en la que desarrolle su proceso investigativo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) es Augusto Comte quien bautiza el nacimiento del positivismo, cuando en 1849 publica su Discurso sobre el espíritu positivo, lo cual genera el gran comienzo del paradigma positivista en la investigación.

Rincoy (2006) indica que el “paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico”. Por tanto, el paradigma positivista sustentará a la investigación que tenga como objetivo comprobar una hipótesis por medios estadísticos o determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica. (p.14).

Es por ello por lo que, el paradigma que rige esta investigación es el positivista, se complementa con la triangulación, contrastando los datos obtenidos desde las diferentes fuentes de acuerdo con la muestra de la investigación lo que permite aumentar la validez y fiabilidad de los resultados.

#### ***4.1.1 Tipo de estudio***

La investigación de acuerdo con Sampiere (2014), por su nivel de profundidad es de carácter descriptivo, “Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), expresan que tanto los estudios exploratorios (descubren y prefiguran) como los descriptivos (muestran los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación) tienen como fin la comprensión y descripción de los fenómenos. Es decir, en el caso de los estudios exploratorios no persiguen las correlaciones entre las variables que los producen, solamente indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas, y los estudios descriptivos tratan de obtener información sobre la posibilidad de ampliar la investigación, a fin de establecer prioridades futuras, identificar conceptos prometedores o hacer afirmaciones y postulados.

Ahora bien, la presente investigación es de tipo descriptiva, ya que se describen los aspectos teóricos conforme a los respectivos objetivos y el tema de investigación el cual consiste en acompañamiento contable estratégico en el aprendizaje del micro y pequeño empresario.

#### ***4.1.2 Tipo de enfoque***

De acuerdo con Sampieri (2014), el enfoque mixto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Por lo tanto, dentro de la presente investigación será cualitativo al realizar la descripción del grupo focal a siete MIPYME, se hará por medio de la técnica de entrevistas y sistematización de prácticas y procesos contables y cuantitativo a través de encuesta por medio de instrumento de cuestionarios estructuradas al conjunto de personas y MIPYME seleccionada, donde se describe a

nivel cuantitativo según los niveles de escalas en cada pregunta, así también los datos obtenidos por medio de la sistematización de las MIPYME de acuerdo a estudio de casos en los aspectos de acuerdo con las variables en estudio, por lo tanto, el estudio es mixto.

De acuerdo con el modelo científico, se orientó sobre la línea del paradigma positivista de investigación, porque se realizará un análisis para comprender los esquemas de aprendizaje de las MIPYME en el área contable. Este modelo de investigación se sustenta en el principio de que la indagación educativa se esfuerza por entender la conducta del ser humano, considerando el sentido que este tiene de la vida, sus intenciones y cómo estos se manifiestan en el ambiente educativo donde está formándose.

#### ***4.1.3 Estudios de caso como técnica de investigación***

Los estudios de caso Martínez (2007) “son aquellos que se realizan sobre una realidad singular, única e irrepetible, sin que ello signifique necesariamente un único sujeto “(p.28).

Un caso puede ser, efectivamente, un sujeto, pero también un determinado grupo de sujetos, un aula, un programa, un recurso, un cambio, un centro o institución. Lo que caracteriza al “caso” es su singularidad, su especificidad frente a otras realidades, y lo que define al estudio de caso es la intención de describir, conocer y comprender a fondo el comportamiento de dicho caso desde su historia y dentro de su contexto y coordinadas ambientales, la mayor parte de veces para predecir su comportamiento y tomar decisiones sobre cómo actuar sobre él para mejorarlo.

Los planteamientos de Bernal (2006), los estudios de caso son una modalidad investigativa que se utilizan ampliamente, con excelentes resultados. El objetivo del estudio de caso, mejor conocido como el método del caso, es estudiar a profundidad o en detalles una unidad de análisis

específico, tomada de un universo poblacional. Para el método de caso, la unidad de análisis es “el caso” objeto de estudio, comprendido como un sistema integrado que interactúa en un contexto específico con características propias. (p. 116).

En tal sentido, Bernal (2006) plantea que los estudios de caso como un método de investigación, involucran aspectos descriptivos y explicativos de los temas objeto de estudio, pero además utilizan información tanto cualitativa como cuantitativa. Las principales fuentes para la obtención de información en el estudio de caso son las personas directamente relacionadas con el caso o unidad de análisis y documentos válidos de toda índole que contengan información sobre el caso. Las técnicas más utilizadas y adecuadas para el estudio de caso son la observación estructurada, la entrevistas, los cuestionarios, los diarios, autobiográficas, los documentos personales, la correspondencia, entre otros.

Así mismo Bernal (2006), destaca que el estudio de caso como método de investigación “es un procedimiento metodológico para estudiar a profundidad y en detalle una unidad de análisis dentro de un universo poblacional a partir de unos temas de interés por parte del investigador, siendo estos temas relevantes en los que en todo momento guían el estudio”. (p.117).

Igualmente, Hernández, Fernández y Baptista (2010), consideran que, en ocasiones, los estudios de caso utilizan la experimentación, es decir, se constituyen en estudios preexperimentales. Otras veces se fundamentan en un diseño no experimental (transversal o longitudinal) y en ciertas situaciones se convierten en estudios cualitativos, al emplear métodos cualitativos. Asimismo, pueden valerse de las diferentes herramientas de la investigación mixta. (p. 165).

### **Objetivos del estudio de caso**

En tal sentido, Guba y Lincoln (1981), citado por Rodríguez, Gil y García (1996), el estudio de caso puede tener los siguientes objetivos:

- Hacer una crónica, o sea, llevar a cabo un registro de los hechos más o menos como han sucedido.
- Representar o describir situaciones o hechos
- Enseñar, es decir, proporcionar conocimientos o instrucción acerca del fenómeno estudiado y Comprobar o contrastar los efectos, relaciones o contextos presentes en una situación y/o grupo de individuos analizados.

Además de los objetivos, algo muy importante al momento de seleccionar un tipo de diseño de caso. Es importante tomar en cuenta que el diseño seleccionado permita aprender lo más posible sobre el objeto de investigación, sobre el fenómeno en cuestión y sobre todo que el caso nos permita aprender.

### **Los criterios para seleccionar un tipo de diseño son que:**

- Se tenga fácil acceso al mismo.
- Exista una alta probabilidad de que se dé una mezcla de procesos, programas, personas, interacciones y estructuras relacionadas con las cuestiones de investigación.
- Se pueda establecer una buena relación con los informantes
- El investigador pueda desarrollar su papel durante todo el proceso que sea necesario y que se asegure la calidad y credibilidad del estudio.

Es por ello por lo que los informantes propuestos para la investigación son:

- Mi pyme del Proyecto de Innovación de la Ciudad de Managua.
- Proyecto de Innovación
- Directores de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Empresas vinculadas a las prácticas del departamento de Contaduría Pública y Finanzas del Departamento de Contabilidad de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas.
- MIPYME en General

#### **4.2 Tipo de investigación según tipologías**

La presente investigación se clasifica en las tipologías siguientes.

##### ***4.2.1 Investigación por su finalidad***

En la presente investigación, Sánchez (2004), según la finalidad es aplicada “este tipo de estudios se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren... depende mucho de la investigación básica porque depende de los resultados y avances de esta última”, (p. 52).

##### ***4.2.2 Grado de profundidad de la investigación***

La presente investigación según nivel de profundidad es correlacional, ya que, Hernández Sampieri et al, (2010), “este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular” (p. 81).

De igual manera se describe el tipo de estudio descriptivo, cita Bernal (2006), “la mayoría de los estudios tienen, de una u otra forma, aspectos de carácter descriptivo.” (p. 113).

#### ***4.2.3 Investigación según el contexto***

Por su contexto, Sánchez (2004), la presente investigación es no experimental y corresponde a un estudio de campo, este tipo de estudios por lo general “observa fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo, se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador, lo que lleva a determinar que la presente investigación según el contexto es de campo, este tipo de estudios “apoya en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones” (p. 53).

#### ***4.2.4 Investigación según el alcance temporal***

La presente investigación, es de tipo *no experimental* y por su alcance temporal es un estudio *transversal* o *transeccional*, este tipo de estudios recolectan datos o información en un momento dado o en un tiempo único.

### **4.3 Sujetos de la investigación**

#### ***4.3.1 Población***

La población corresponde al conjunto de personas relacionadas con elementos que poseen características comunes de los cuales se pueden extraer datos para la ejecución de la investigación. De acuerdo con Tamayo y Tamayo (2014), la población “...está determinada por sus características definitorias, por tanto, el conjunto de elementos que posee estas características se denomina población o universo”. (p114).

- Empresas vinculadas a las prácticas del departamento de Contaduría Pública y Finanzas del Departamento de Contabilidad de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas.
- MIPYME atendidas por el Centro de Extensión de UNAN Managua

Donde se seleccionó una población de 140 empresas que van desde micro, pequeña y mediana empresa.

#### ***4.3 Selección de la muestra***

De acuerdo con Cuesta (2009), El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

Se utilizará dentro del mismo, según citado por Gonzáles (2017), el muestreo discrecional es más comúnmente conocido como muestreo intencional, en este tipo de toma de muestras, los sujetos son elegidos para formar parte de la muestra con un objetivo específico.

Por esta razón, aquellos son elegidos deliberadamente como sujetos, es decir, la presente investigación utiliza el muestreo no probabilístico, utilizando como procedimiento el muestreo por conveniencia, por el motivo del acceso y disponibilidad a la información.

Para Bernal (2010), el interés en la población o muestra radica en definir quiénes y que características deberán tener los sujetos (personas, organizaciones o situaciones y factores) objeto de estudio.

Para la realización de la investigación se utilizará un método no probabilístico, denominado “por conveniencia”, estadísticamente el presente trabajo investigativo se basa en un proceso de investigación y en una muestra no probabilística adecuada de manera intencional o por conveniencia debido a que el grupo de interés se encuentra en el segmento antes mencionado.

**Criterios de selección para la muestra:**

- Ubicados en la zona central de Managua
- Negocios que estén funcionando permanente.
- Voluntariedad de participar.

La muestra que cumplen estos criterios e informantes son:

Empresas vinculadas a las prácticas del departamento de Contaduría Pública y Finanzas del Departamento de Contabilidad de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas. Estudiantes realizando prácticas y Pasantías. Empresas vinculadas con el Centro de Innovación de UNAN Managua.

Para ello se utilizó la fórmula para calcular la muestra finita y seleccionar la muestra del total de la población.

$$n = e^2 * (N - 1) + Z^2 a * p * q$$

n= Tamaño de la muestra buscada

N= Tamaño de la población o universo

Z= Parámetro estadístico que depende el N

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de que ocurra el evento

q= (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento

**Tabla 3. Muestra**

Nivel de		Parámetro		Insertar valor
Confianza	Z alfa	N		
				140.00
100%	3	Z		1.96
99%	2.58	P.		50%
98%	2.33	Q		50%
96%	2.05	e		5%
95%	1.96			
90%	1.645			134.456
80%	1.28			1.3079
50%	0.674			

**Tamaño de muestra**

**"n" 102.8029666**

*Nota: Elaboración Propia.*

Se estableció un nivel de confianza del 95% del total de la población de 140 MIPYME donde su Z alfa corresponde a 1.96, con un error de estimación aceptado de 5%, una probabilidad de que ocurra y que no ocurra del 50% dando como resultado una muestra de 103 MIPYME a ser estudiadas en dicha investigación.

Se puede señalar que al ser aplicado el instrumento de la encuesta a las MIPYME se superó la muestra de 103 a 110 MIPYME, de acuerdo con el Anexo D.

#### ***4.3.1 Selección de informantes***

Hernández, Fernández y Baptista, (1998). Los informantes objeto de estudio presenta características específicas que influyen en las técnicas, instrumentos de recogida de información y datos que se recopilan. La población de un estudio de son todos aquellos afectados por una serie de especificaciones, (pp 155-172).

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que la selección de los informantes es un tópico sumamente importante en los modelos de investigación, el muestreo no probabilístico o propositivo, se guía por uno o varios fines más que por técnicas estadísticas que buscan representatividad.

- MIPYME del Proyecto de Innovación de la Ciudad de Managua.
- Proyecto de Innovación

- Directores de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Empresas vinculadas a las prácticas del departamento de Contaduría Pública y Finanzas del Departamento de Contabilidad de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas.
- MIPYME en general

#### **4.4 Operacionalización de variable**

De acuerdo con Rojas Soriano (1981), una variable “es una característica, atributo, propiedad o cualidad que puede estar o no presente en los individuos, grupos o sociedades; puede presentarse en matices o modalidades diferentes o en grados, magnitudes o medidas distintas a lo largo de un continuum” (p. 87).

La definición más sencilla, es la referida a la capacidad que tienen los objetos y las cosas de modificar su estado actual, es decir, de variar y asumir valores diferentes. Briones (1987), define: "Una variable es una propiedad, característica o atributo que puede darse en ciertos sujetos o pueden darse en grados o modalidades diferentes. . . son conceptos clasificatorios que permiten ubicar a los individuos en categorías o clases y son susceptibles de identificación y medición".

#### **Operacionalización de la Variable**

Es un paso importante en el desarrollo de la investigación. Cuando se identifican las variables, el próximo paso es su operacionalización.

#### **Comprende tres tipos de definiciones:**

- **Nominal:** es el nombre de la variable que le interesa al investigador.

- **Real:** consiste en determinar las dimensiones que contienen las variables nominales.
- **Operacional:** o indicadores. Esta da la base para su medición y la definición de los indicadores que constituyen los elementos más concretos de una variable y de donde el investigador derivará los ítems o preguntas para el instrumento con que recolectará la información.

A continuación, se presenta el cuadro de operacionalización de variables de la investigación donde se describe el objetivo de estudio, la variable identificada, su definición conceptual y operacional, así como los indicadores e instrumentos de la investigación.

***Tabla 4. Operacionalización de Variables***

Objetivos	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Instrumentos
Caracterizar el manejo de información y conocimiento contable de las pequeñas empresas para su funcionamiento	Conocimiento contable	Según Romero. (2001). La Contabilidad es una ciencia de naturaleza económica, que se encarga de estudiar, medir, y analizar el patrimonio de las	Se caracterizará cual es el manejo y conocimiento contable de las pequeñas empresas mediante los indicadores de situación del negocio como está estructurada su	Situación del negocio Organización Control Contabilidad	Encuesta. Anexo C.  (P1,P2,P3,P4,P5,P6,P7,P8,P9,P10,P11,P12,P13,P14,P15,P16,P17,P18,P19,P20,P21,P22,P23)  Tabla:12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48,49,50,51  Gráfico:7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,2

		<p>organizaciones , empresas e individuos, con el fin de servir en la toma de decisiones y control...(p.35 )</p> <p>Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que</p>	<p>organización y los controles que estas tienen.</p>		<p>9,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48</p> <p>Ilustración 7,8,9,10,11,12</p>
--	--	--	---	--	---

		operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufacturera s, industriales, agroindustriale s, agrícolas, pecuarias, comerciales, de			
--	--	--	--	--	--

		exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras			
Sistematizar prácticas y procesos contables aplicados en las Micro, pequeña y mediana empresa pro-emprendedoras	Prácticas y procesos contables	García, Vásquez y Zapata (2011), la práctica contable comprende todos los elementos concernientes al sistema de información	Se identificará como están las MIPYME en cuanto a su situación financiera, si estos llevan registros contables, de igual manera se consultará sobre	Situación financiera Registros contables Comercialización Créditos	Grupo focal, Anexo 6 (P 1,P2,P3,P4,P5,P6,P7,P8,P9,P10)  Tabla: 52,53,54,55  Gráfico: 49,50,51,52  Ilustración13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39

		contable, compuesto por entradas, procesamiento y salidas, realizada a partir de la recolección de datos mediante soportes, registro y la emisión de informes en busca de representar la realidad	su comercializació n o servicios, así como la disponibilidad de créditos.		
--	--	--	--	--	--

		económica y financiera de la organización.			
Establecer la relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las pequeñas y medianas empresas	Desarrollo empresarial	Progreso que experimenta la empresa como consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo. (Wolters Kluwe 2020).  la práctica de hacer crecer un	Se establecerá la relación del conocimiento contable de las MIPYME y el progreso de estas al llevar un control contable-financiero.	Capacitación  Asistencia contable-financiera  Controles	Encuesta. Anexo C.  (P24,P25,P26,P27,P28,P29,P30,P31, P32,P33,P34,P35,P36,P37,P38,P39,P40,P41,P42,P43,P44,P45,P46,P47, P48, P49,P50,P51,P52,P53,P55).  Entrevista. Anexo D. (P1,P2,P3,P4,P5,P6,P6,P8,P9,P10)  Tabla:56,57,58,59,60,61,62,63,64,65 ,66,67,68,69,70,71,72,73,74,75,76,77 ,78,79,80,81,82,83,84,85,86,87,88,89 ,90,91,92,93,94,95,96,97,98,99, 100,101,102,103

		negocio más allá de su estado actual. (Ricardo, R. S, F).			Gráfico:53,54,55,56,57,58,59,60,61, 62,63,64,65,66,67,68,69,70,71,72,73, 74,75,76,77,78,79,80,81,82,83,84,85, 86,87,88,89,90,91,92,93,94,95,96,97, 98,99, 100  Ilustración:40,41,42,43,44,45,46,47, 48
--	--	--	--	--	--

Nota: Elaboración Propia.

La presente investigación está constituida por diferentes variables e indicadores y estas requieren de diferentes técnicas e instrumentos de investigación. La observación se realizará de manera participante por medio del instrumento del diario de campo. La encuesta será de tipo escrita por medio del instrumento del cuestionario a las MIPYME. La Guía de revisión documental permite hacerse una idea del desarrollo y las características de los procesos y también de disponer de información que confirme o haga dudar de lo que el grupo entrevistado ha mencionado. La entrevista está orientada a establecer un contacto directo con las personas que se consideran fuente de información.

El procesamiento de datos y análisis de la información recopilada por medio de los instrumentos se realizará por medio de la información de tipo cualitativa generada a través de las técnicas de observación, análisis documental, entrevistas por medio de los diferentes instrumentos será procesada utilizando el programa de Microsoft Word. De igual manera, la información de tipo cuantitativa obtenida con la aplicación de la técnica de entrevista, encuesta por medio de los instrumentos del cuestionario, será agrupada mediante el programa de Microsoft Excel para la creación de gráficos y tablas de resumen, programa de SPSS, Google Drive, utilizando el programa de Microsoft Word.

#### **4.5 Proceso de investigación**

La investigación inicia su proceso desde el origen de la problemática es decir en el planteamiento de problema, dónde se ve su comportamiento y antecedentes dándose lugar a establecer cada uno de los objetivos tanto general como específicos, que se pretenden cumplir con el tema objeto de estudio, que es mediante el acompañamiento contable estratégico en el aprendizaje del micro y pequeño empresario.

En el presente trabajo investigativo se han utilizado una combinación de búsqueda de información, se han utilizado fuentes primarias.

De acuerdo con Cerda (1998), usualmente se habla de dos tipos de fuentes de recolección de información: las primarias y las secundarias.

Fuentes primarias: Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, entre otras.

Se obtiene información primaria cuando se observan directamente los hechos (presenciar una huelga, observar sistemáticamente el lugar de trabajo, etcétera), cuando se entrevista directamente a las personas que tienen relación directa con la situación objeto del estudio (en el caso de que quiera conocerse la opinión de los gerentes sobre el impacto de las medidas económicas en la actividad de las empresas, la información directa se genera cuando se entrevista directamente a los gerentes, y no cuando se lee en un periódico, un libro o se escucha en un noticiero).

Fuentes secundarias: Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información.

En investigación, cualquiera de estas fuentes es válida siempre y cuando el investigador siga un procedimiento sistematizado y adecuado a las características del tema y a los objetivos, al marco teórico, a las hipótesis, al tipo de estudio y al diseño seleccionado. En investigación, cuanto mayor rigor y exigencia se involucren en el proceso del desarrollo del estudio, más válido y confiable será el conocimiento generado.

Además, se ha llevado a cabo la obtención de fuente secundaria, con respecto al marco teórico, principalmente de libros y páginas web donde se han encontrado diversos tipos de información concreta, precisa y confiable, para poder llevar a cabo el desarrollo de una manera más comprensible, en qué consiste cada uno de los elementos que incluye el marco teórico de dicha investigación.

#### **4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos**

De acuerdo con Bernal (2010). En la actualidad, en investigación científica hay gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información en el trabajo de campo de una determinada investigación. De acuerdo con el método y el tipo de investigación que se va a realizar, se utilizan unas u otras técnicas.

El procesamiento de datos de la presente investigación es el apoyo con la implementación de los diferentes instrumentos para la recolección de datos con el fin de conocer todos los aspectos necesarios que permitan lograr los objetivos planteados en la investigación.

Las herramientas para el procesamiento de datos se realizarán mediante un programa estadístico o matrices de consolidación. Por lo tanto, se elaborará un análisis estadístico de datos con el objetivo de conocer las necesidades contables de los emprendimientos.

La investigación constara de las siguientes técnicas de investigación: Entrevista, Guía de observación, Revisión Documental, Guía de observación, Encuestas, Grupos Focales, Bitácoras, Fotografías, videos.

El procesamiento de datos de la presente investigación es el apoyo con la implementación de los diferentes instrumentos para la recolección de datos con el fin de conocer todos los aspectos necesarios que permitan lograr los objetivos planteados en la investigación.

#### ***4.6.1 Entrevista***

Para Janesick (como se citó en Sampieri, Collado y Baptista, 2010). En la entrevista, a través de preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.

La entrevista está orientada a establecer un contacto directo con las personas que se consideran fuente de información, tiene como propósito obtener la misma de forma espontánea y abierta. Durante el proceso se puede profundizar en los datos de interés para el estudio.

La guía de entrevista permitirá dentro de la investigación conocer las necesidades expuestas por cada emprendedor. Por lo cual, este instrumento está dirigido a expertos en

relación con pequeños negocios o emprendimientos, quienes son los que están en la disposición de participar en colaboración para recopilar la información necesaria.

#### ***4.6.2 Guía de revisión documental***

La Guía de revisión documental permite hacerse una idea del desarrollo y las características de los procesos y también de disponer de información que confirme o haga dudar de lo que el grupo entrevistado ha mencionado.

#### ***4.6.3 Guía de observación***

Según Bodgan (1992) “en la observación de campo es menester distinguir dos clases principales. La observación participante y la no participante”. Observación participante es aquella en la que los investigadores participan de la vida del grupo con fines de acción social. Para definir la observación de la presente investigación como participante en primera instancia, se dividirá responsabilidades en la recolección de datos sobre la situación problema, experiencias que darán pautas para la definición del problema en estudio la que se persigue una transformación social. Para esto se realizará una guía en la que se plantearan diversas interrogantes acerca de la problemática, surgiendo de esta manera la decisión de indagar acerca de esta realidad, esta técnica será acompañada de imágenes fotográficas.

Para Martínez (2007), la observación es un procedimiento de recogida de información y suele entenderse como el “acto de mirar algo sin modificarlo, con la intención de examinarlo, interpretarlo y obtener unas conclusiones sobre ello” (p. 63). La observación sistemática que se utiliza en investigación es intencionada, planificada y estructurada,

objetiva y registrada para que la información obtenida sea comprobable y tenga garantías de científicidad.

La guía de observación es un instrumento para la investigación que se basa en la lista de indicadores que pueden redactarse como afirmaciones o preguntas, que orientan el trabajo de observación mediante los aspectos relevantes a observar. Por lo cual, puede utilizarse para observar las condiciones del emprendedor hasta distinguir necesidades contables de este en su negocio.

La observación se realizará de manera participante por medio del instrumento del diario de campo.

#### ***4.6.4 Encuestas***

Se puede definir la encuesta, Anguita (2002), como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (p.5).

Este tipo de instrumento se seleccionó, ya que permite obtener información directa de los emprendedores, así de esa manera se obtiene las percepciones y necesidades contables que presente cada emprendimiento.

La encuesta será de tipo escrita por medio del instrumento del cuestionario a las MIPYME. De acuerdo con el Anexo D.

#### **4.6.5 Cuestionario**

El instrumento del cuestionario es un conjunto de interrogantes diseñadas para generar los datos necesarios sobre una o más variables que se van a medir, y así alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Este instrumento, además de estandarizar, unifica el proceso de recolección de datos Bernal, (2006); Zacarías, (2001); McMillan y Schumacher (2005) y León y Montero, (2003).

McKernan, (2001). En un cuestionario, es habitual incluir preguntas abiertas y cerradas. Sobre las últimas, a las que también se llama fijas o de elección forzada, obligan al sujeto a seleccionar una respuesta previamente establecida. Cuando en este se incluyen preguntas semiabiertas el propósito principal es que el entrevistado tenga cierta libertad para contestar, sin sentirse obligado completamente a seleccionar una respuesta sugerida o elaborada con anterioridad.

Mendicoa, (2003). La principal ventaja de este tipo de instrumento es que se puede recoger información amplia y exacta, posibilitando mayor nivel de comparación. En cuanto a las desventajas, se señalan las restricciones en las respuestas de aquellas interrogantes de tipo cerrado y la dificultad de codificación, exposición a mayores errores y demanda de tiempo para el encuestado con las preguntas abiertas.

En la presente investigación se elaboró un cuestionario dirigido a organismos que aportan a las MIPYME según Anexo E.

#### **4.6.6 Grupo focal**

Para Martínez (2007) esta técnica es conocida como grupos de discusión y constituye un procedimiento de recogida de información muy valioso sobre los valores, entendidos como preferencias, valoraciones y formas de conducta que muestran las personas hacia determinados temas, ya sean personales, interpersonales, educativos sociales, políticos, económicos, éticos, religiosos.

En este aspecto es importante la influencia mutua que se da entre los participantes del grupo focal en función de promover ideas nuevas que de forma individual no se había pensado, las opiniones de unos pueden despertar ideas en los otros y de esta forma enriquecer la reflexión con relación al tema objeto de estudio.

Para establecer un posible universo de reactivos se requiere tener una adecuada conceptualización y operación del constructo, es decir, el investigador debe especificar previamente las dimensiones a medir y sus indicadores, a partir de los cuales se analizan los ítems. Los ítems deben capturar las dimensiones que la prueba pretende medir. El constructo medido por el instrumento y el uso que se le dará a las puntuaciones obtenidas son aspectos fundamentales tanto para la estimación como para la conceptualización de la validez de contenido.

Se realizó el grupo focal de acuerdo con el anexo F, donde el criterio para la selección fue de manera intencional o por conveniencia, el cual los emprendimientos tuvieron la voluntad de participar, donde autorizaron poder realizar el grupo focal a los mismos, se pudo aplicar el grupo focal a 10 emprendimientos que estaban en cierre del programa de

Incubación de negocios dirigido a emprendedores que impartió el Centro de Innovación; con negocios de alto impacto por la UNAN Managua, en coordinación con el programa competencias para ganar auspiciado por la cooperación Suiza en América Central y facilitado por Swisscontact, por medio de la Dirección de Innovación del Vicerrectorado de Gestión del Conocimiento y Vinculación Social.

#### **4.7. Validez de contenido de los instrumentos de recogida de datos**

De acuerdo con Hernández Sampieri et al (2010), la confiabilidad de un instrumento “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que se pretende medir” (p. 200).

Para Escobar y Cuervo (2008), la validez de contenido de un instrumento consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con los que se pretende medir.

La validez de contenido es un componente importante de la estimación de la validez de inferencias derivadas de los puntajes de las pruebas, ya que brinda evidencia acerca de la validez de constructo y provee una base para la construcción de formas paralelas de una prueba en la evaluación a gran escala. Para establecer un posible universo de reactivos se requiere tener una adecuada conceptualización y operación del constructo, es decir, el investigador debe especificar previamente las dimensiones a medir y sus indicadores, a partir de los cuales se analizan los ítems. Los ítems deben capturar las dimensiones que la prueba pretende medir. El constructo medido por el instrumento y el uso que se le dará a las

puntuaciones obtenidas son aspectos fundamentales tanto para la estimación como para la conceptualización de la validez de contenido.

#### ***4.7.1 Validación de los instrumentos de recogida de datos***

De acuerdo con Hernández Sampieri et al (2010), la confiabilidad de un instrumento “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que se pretende medir” (p. 200).

Para Escobar y Cuervo (2008), la validez de contenido de un instrumento consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con los que se pretende medir. La validez de contenido es un componente importante de la estimación de la validez de inferencias derivadas de los puntajes de las pruebas, ya que brinda evidencia acerca de la validez de constructo y provee una base para la construcción de formas paralelas de una prueba en la evaluación a gran escala.

#### ***4.7.2 Juicio de expertos***

Para Ding y Hernshberger (2002) citado por Escobar y Cuervo (2008), la validez de contenido generalmente se evalúa a través de un panel o juicio de expertos, y en raras ocasiones la evaluación está basada en datos empíricos. El juicio de expertos se define como una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones. La identificación de las personas que formarán parte del juicio de expertos es una parte crítica en este proceso. Al respecto proponen los siguientes criterios para seleccionar a los expertos:

- Experiencia en la realización de juicios y toma de decisiones basada en evidencia o experticia (grado, investigaciones publicaciones, posición, experiencia y premios, entre otras),
- Reputación en la comunidad.
- Disponibilidad y motivación para participar, e imparcialidad y cualidades inherentes como confianza en sí mismo y adaptabilidad. También consideran que los expertos pueden estar relacionados por educación similar, entrenamiento, experiencia, entre otros.

Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento; sin embargo, la decisión sobre qué cantidad de expertos es el adecuado varía entre autores. Unos consideran que el margen puede estar entre dos a veinte expertos, Hyrkäs et al., (2003), citado por Escobar y Cuervas, (2008), consideran que diez brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento. Si un 80% de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento. (p. 29).

En la investigación se elaboraron los instrumentos y se enviaron a los expertos para su valoración; donde se seleccionaron 14 expertos relacionados a la temática y experiencia en el ámbito educativo; 7 de estos respondieron de manera positiva llenando un instrumento de valoración de expertos para realizar mejoras a los instrumentos el cual estos fueron validados. De acuerdo con el Anexo A. Caracterización de juicio de expertos, Anexo B. Hoja de valoración de expertos para cuestionario y guiones para entrevistas en profundidad, Anexo

C. Valoración de los aspectos básicos de los guiones para entrevista en profundidad, Anexo

D. Valoración analítica del contenido de los guiones para entrevista en profundidad.

#### ***4.7.3. Pasos para obtener el juicio de expertos***

Escobar y Cuevas (2007), asumen los planteamientos de Skjong y Wentworth (2000) y de Arquer (1995), estos han propuesto diversos pasos para la realización del juicio de expertos, (p. 29).

- Preparar instrucciones y planillas
- Seleccionar los expertos y entrenarlos
- Explicar el contexto
- Posibilitar la discusión
- Establecer el acuerdo entre los expertos por medio del cálculo de consistencia.

Además, se debe instruir claramente al juez en la dimensión y el indicador que mide cada ítem o un grupo de ellos. Es importante brindar información sobre el uso que tendrán los resultados de la prueba. El juicio de expertos es un procedimiento que nace de la necesidad de estimar la validez de contenido de una prueba. Para hacerlo se debe recabar información de manera sistemática.

A continuación, Escobar y Cuevas, (2008) proponen una serie de pasos que permiten organizar la información, de manera que el juicio de expertos sea más eficiente:

- Definir el objetivo del juicio de expertos, en este apartado el investigador debe tener clara la finalidad del juicio.
- Selección de los jueces, para esto deben tomar en cuenta los criterios básicos de selección como la formación académica, su experiencia, trayectoria y reconocimiento en la comunidad científica.
- Explicar al experto tanto las dimensiones como los indicadores que está midiendo cada uno de los ítems de la prueba.
- Especificar el objetivo de la prueba, al respecto el investigador debe comunicar al experto para qué serán utilizados los puntajes obtenidos a partir de este instrumento.
- Establecer los pesos diferenciales de las dimensiones de la prueba. Esto se hace cuando algunas dimensiones tienen mayor peso que otras.
- Diseño de planilla. La planilla se debe diseñar de acuerdo con los objetivos de la evaluación.
- Calcular la concordancia entre jueces. Para esto se utilizan los estadístico Kappa y Kendall.

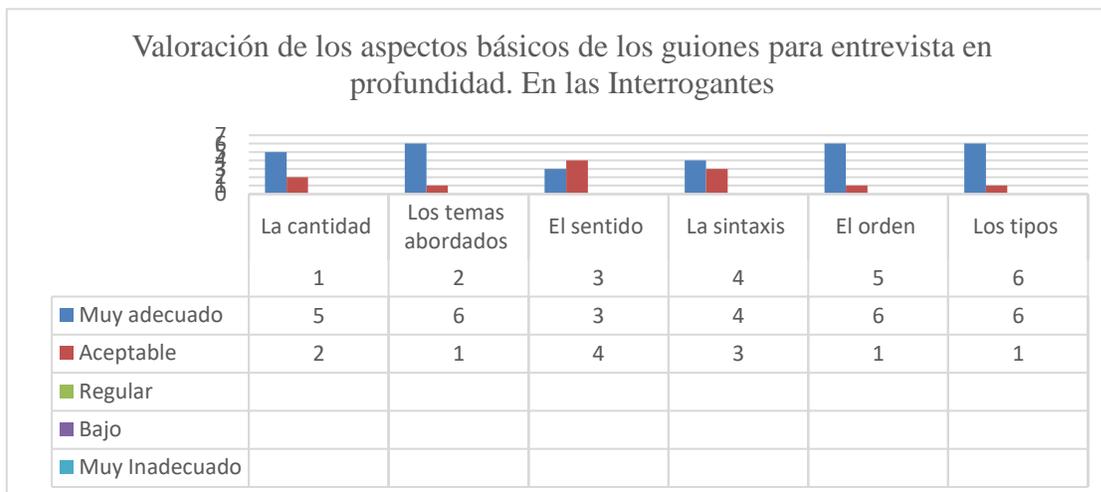
El grupo de expertos fue conformado por especialistas experimentados en investigación en las siguientes áreas: Contabilidad, Tributación, Docencia, Economía, Asesores Curriculares. La selección de cada uno de ellos se realizó considerando los criterios: campo de formación(Docencia, Asesores, Contabilidad, Economía), experiencia en el campo en que se desempeñan (entre 6 y 44 años); conocimiento directo de la problemática planteada en esta investigación (docentes universitarios); experiencia en investigación (todos tienen

investigaciones y en la actualidad desarrollan estudios en sus campos); experiencia en elaboración y validación de instrumentos, honestidad en su proceder profesional y personal .Las características del panel de experto conformado se registraron en el Anexo A .Caracterización de Grupo de expertos.

Los especialistas evaluaron la proporción de las interrogantes, sus ítems y su validez, mediante un test que contenía las siguientes dimensiones valorativas: estructura y contenido de las interrogantes, coherencia del instrumento con los objetivos de investigación y el sistema de categorías, pertinencia de los ítems o interrogantes. La hoja de valoración que fue empleada por los especialistas para validar el contenido del cuestionario se registró en el Anexo B.

De igual manera se presenta el análisis de la valoración realizada por el panel de expertos sobre los instrumentos. Siguiendo la lógica de la hoja de valoración, en cuanto a la estructura y contenido se obtuvieron los siguientes resultados.

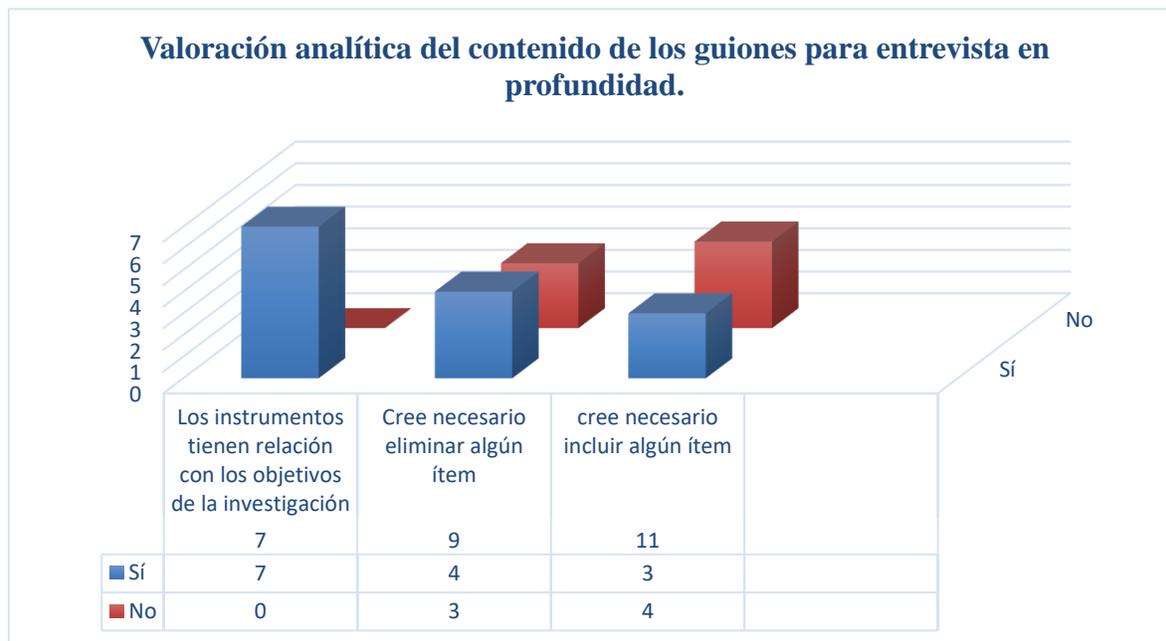
**Gráfico 1.** Valoración de los aspectos básicos de los guiones para entrevista en profundidad.



*Nota: Elaboración Propia.*

De acuerdo con el Anexo A y Anexo B. En la valoración de los 7 expertos se realizó el instrumento de aspectos básicos el cual se abordó la cantidad de interrogantes, temas abordados, sentido de las preguntas, su sintaxis, el orden de estas y el tipo de pregunta donde estas fueron valoradas en el rango de muy adecuado y aceptable.

**Gráfico 2.** Valoración analítica del contenido de los guiones para entrevista en profundidad.



*Nota: Elaboración Propia.*

En la valoración analítica del contenido de acuerdo con el Anexo A y Anexo B, de los guiones para entrevista a profundidad, los expertos mencionan que los instrumentos tienen relación con los objetivos de la investigación, de igual manera se consultó si creen necesario eliminar algún ítem donde 4 de ellos recomendaron eliminar y 3 no recomendó eliminar ítem, también se consultó si era necesario incluir algún ítem por lo que 3 de ellos recomendaron incluir ítem para un mejor análisis.

A continuación, se presenta el análisis de las mejoras realizadas por los expertos a los instrumentos según Anexo C, Anexo D, Anexo E.

En la valoración de los aspectos básicos de los guiones para entrevista en profundidad. En el instrumento de encuesta en la pregunta 34, 35 y 36. En el inciso 34.3, 35.3 y 36.3 el experto 1 recomienda el cambio del instrumento la palabra se mantuvo la recomendación del experto fue cambiarla por sin variación.

De igual manera el experto número 2, menciona en el instrumento que, de acuerdo con su experiencia, cree necesario eliminar algún ítem donde da un comentario en relación con la pregunta 37. Para establecer sus precios: ¿Los clientes condicionan los precios de sus productos? Por lo que el comentario es. Primero hay que saber qué tipo de productos o servicios brinda el negocio, luego, los clientes no condicionan los precios. En el interrogante número 10. Se le pide que en hojas anexas escriba los números de los ítems que deben ser considerados para eliminarlos y exprese una breve justificación, por lo que menciona en la pregunta 31. Actividades de Control. 31.1 Contratos de Personal, son más bien organizativos.

Es así como también dio respuesta a la interrogante 11 del instrumento de valoración de expertos. De acuerdo con su experiencia, cree necesario incluir algún ítem, el cual recomienda la siguiente interrogante relacionada al conocimiento del negocio, ¿Cuáles cree usted que son las principales fortalezas de su negocio?, el cual menciona que esta respuesta indica el conocimiento que se tiene del negocio.

En la pregunta 6, inciso 6.6 donde se consulta el tipo de negocio está la opción de otros, donde recomienda en el 6.6 agregar la palabra especificar como una opción adicional al 6.6 el cual se agrega como 6.6.1 Otros especificar y se da la opción de que la MIPYME escriba el tipo de negocio.

De igual manera en la pregunta 21 donde se consulta que si pudiera valorar la fase en que se encuentra su empresa, el orden estaba de manera negativa a positiva, por lo que el experto recomendó poner primero lo positivo y luego lo negativo. Desde un nivel óptimo a un nivel de quiebra.

En la pregunta 34. Se consulta el número de compradores o la demanda de sus productos ha aumentado, disminuido o permanecido igual en los últimos 2 años. Por lo que el experto recomienda dejar solamente la demanda de sus productos y quitar el número de compradores.

El experto 3, propone mejoras en la pregunta 24 y 25 donde hablan de control y procesos. Sin embargo, las preguntas dan salida al objetivo planteado.

Considera que debe incluirse algún cuestionamiento sobre el tamaño de la inversión puesto que esto determina el tamaño de las operaciones y el tamaño del rendimiento. Para poder analizar que el costo de operar sea menor a los beneficios que me produce la inversión. Donde se incorporó el sub acápite en la pregunta 23.1. Cuanto es el rango del tamaño de la inversión de su patrimonio. 23.1.1 C\$ 0-10,000.00, 23.1.2 C\$ 10,000.00-50,000.00, 23.1.3 C\$ 50,000.00-más

De igual manera propone incorporar pregunta sobre la capacidad económica de la empresa para costear un sistema de control y la valoración de los beneficios de dicho control. El cual este se valorará según las necesidades y requerimientos de las MIPYME.

El experto 4, solo da comentarios a la pregunta 9.1, el cual esto ya está abordado en el instrumento.

El experto 5, realizo su valoración al instrumento donde la recomendación fue que el contenido de los instrumentos es muy acertado, pero por ser extensos deberían de trabajarse en el aplicativo de Gmail o en Microsoft Forms, de manera que se hagan de forma electrónica y sea más dinámica. De lo cual el instrumento de encuesta se trabajará por drive.

Siguiendo con el análisis el experto 6, sugiere en la presentación del instrumento quitar la personalización del documento, y poner lo del anonimato del instrumento que será para fines académicos, de igual manera propone agregar una opción a la pregunta 10 de debilidades empresariales donde propone poner la opción de otros para enriquecer la investigación. En la pregunta 11 y 12; sugiere incorporar el detallar si puede marcar varias opciones o una sola.

De igual manera la pregunta 13. La incorporación de la palabra en organización informal por qué la considera de esa manera. En la pregunta 16, al momento de contratar personal y se pide cuál de los siguientes aspectos considera, el ítem 16.3, acuerdo entre patrono y trabajador por lo que se recomienda poner empleador y el 16.4 se quitó ya que decía ambos y no quedaba clara la opción. En la pregunta 27, se agrega el inciso de las preguntas 26.7.1 y 27.6.1, 29.6.1 30.6.1. Si su respuesta es otros, especifique, en la pregunta 38, menciona agregar la interrogante cuál, en la pregunta 44, se reestructuro la misma pregunta a opciones ya que se tenía como párrafo.

En el Anexo B, que es la entrevista a organismos el instrumento estaba extenso con 21 preguntas por lo cual se sugirió poner lo más esencial ya que algunas preguntas pertenecían a cuestionario y otras eran preguntas secundarias por lo que este se resumió a 10 preguntas esenciales.

El experto 7, recomienda lo siguiente. En la pregunta 9, el entrevistado sabe que es giro de negocio. En la pregunta 9.1 en las respuestas se podrá incluir ninguna de las anteriores, se recomienda que las respuestas a la pregunta 10 deberían redactarse como debilidades. Las preguntas 24 y 25 se refieren a la misma respuesta o persiguen el mismo propósito. La pregunta 28 esta implícitamente incluida en la respuesta de la 26. La pregunta 31 parece tener vínculo con la respuesta de la 26, se podrá redactar de otra forma. La pregunta 38 puede ser: “Indique la forma de presentación de su producto”. La pregunta 45 y 46 parecen tener el mismo propósito. El Anexo B entrevista a organismos y el Anexo C, grupo focal tiene muchas preguntas considerando a quienes va dirigido.

#### ***4.7.4 Validación por grupo control o pilotaje***

Pilotar un cuestionario favorece que el investigador pueda realizar cambios pertinentes en este, pero con base en la realimentación proporcionada por ese pequeño grupo de individuos que lo contestan y aportan datos apreciables para su validación (Creswell, 2002), mediante un coeficiente de confiabilidad.

Para la validación del pilotaje por grupo de control en la aplicación de los instrumentos se elaboró un instrumento de acuerdo con Anexo C. Para conocer por parte del encuestado el nivel de comprensión, extensión del cuestionario y si es necesario quitar o agregar preguntas.

En el pilotaje de la encuesta a MIPYME se seleccionaron 14 MIPYME donde valoraron la encuesta y el instrumento.

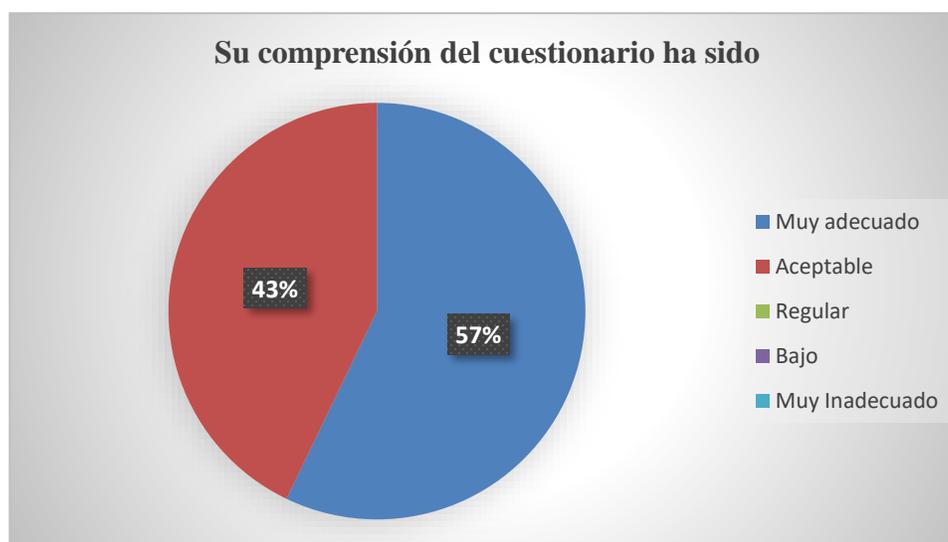
Según el Anexo C. Se les consulto acerca de:

**Tabla 5.** Comprensión del cuestionario al grupo de Pilotaje

N	Interrogante	Muy adecuado	Aceptable	Regular	Bajo	Muy Inadecuado
1	Su comprensión del cuestionario ha sido	8	6			

Nota: Elaboración propia

**Gráfico 3.** Comprensión del cuestionario por grupo de pilotaje



Nota: Elaboración propia

De las 14 MIPYME valoraron el cuestionario de encuesta como muy adecuado correspondiente a 8 MIPYME equivalente al 57% y 6 respondieron de aceptable el instrumento el cual es el 43%.

**Tabla 6.** *Comprensión del cuestionario al grupo de Pilotaje con respecto a preguntas*

N	Interrogante	Si	No
2	¿Comprendió todas las preguntas del cuestionario?	8	6

Nota: Elaboración propia

**Gráfico 4.** *Comprensión del cuestionario por grupo de pilotaje con respecto a preguntas*



Nota: Elaboración propia

Las MIPYME del pilotaje mencionan que si comprendieron las preguntas del cuestionario un 57% equivalente a 8 MIPYME y el 43% que son 6 MIPYME no comprendieron todas las preguntas del cuestionario.

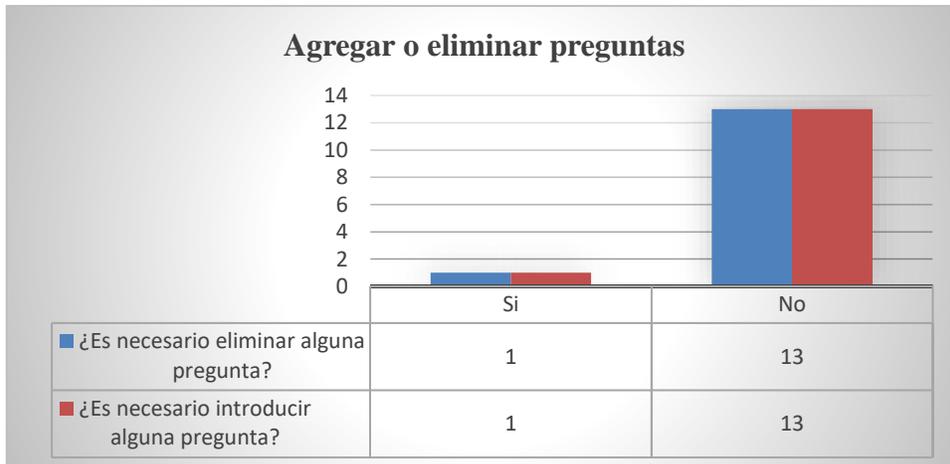
Por lo que se les consulto que si no comprendían alguna pregunta del cuestionario mencionaran cuales para así mejorar el instrumento por lo que respondieron que la comprensión fue en el nivel académico, giro del negocio.

**Tabla 7. Introducir o eliminar preguntas Pilotaje**

N	Interrogante	Si	No
3	¿Es necesario eliminar alguna pregunta?	1	13
4	¿Es necesario introducir alguna pregunta?	1	13

Nota: Elaboración propia

**Gráfico 5. Introducir o eliminar preguntas Pilotaje**



Nota: Elaboración propia

En el instrumento al grupo piloto se les consulto si era necesario agregar o quitar preguntas al instrumento de encuesta por lo que 1 Mi pyme respondió que si era necesario agregar 1 pregunta y también quitar 1 de ellas.

Por lo que se les consulto cual considerarían eliminar donde respondió que la pregunta 24,25 donde se consulta si realizan algún tipo de control y el proceso del control por lo que se considera que esta es primordial para recopilar información por ende se dejan ambas preguntas y en el caso de agregar pregunta la Mi pyme respondió que es necesario agregar los tipos de quejas y reclamos por parte de los clientes; esta pregunta ya es específica y se aborda a manera general en los controles.

**Tabla 8. Introducir o eliminar preguntas**

<b>N</b>	<b>Interrogante</b>	<b>Muy adecuado</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Regular</b>	<b>Bajo</b>	<b>Muy Inadecuado</b>
<b>5</b>	La extensión del cuestionario	2	10	2		

Nota: Elaboración propia

**Gráfico 6.** *Extensión del cuestionario*



*Nota: Elaboración propia*

En el análisis de la extensión del cuestionario las MIPYME en pilotaje el 72% respondieron que es aceptable equivalente a 10 MIPYME, y el resto un 14% muy adecuado que responde a 2 empresas y 14% también correspondiente a 2 MIPYME respondieron que la extensión es regular.

#### **4.7.4. Fiabilidad de la información al recolectar los datos**

De acuerdo con Martínez (2008), define la fiabilidad como la “precisión y estabilidad de la información, y como una aproximación al análisis y control de los errores que se pueden cometer al recoger información con una técnica dada, debido a sus imperfecciones” (p. 80), los errores o imperfecciones pueden ser producto de la longitud del instrumento, la dificultad de sus ítems y su capacidad de discriminación, así como las características y variabilidad del grupo que emite la información.

#### ***4.7.5. Métodos de análisis de la fiabilidad***

Para Hernández Sampieri et al (2010) la confiabilidad de un instrumento se refiere al “grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p.200).

A sí mismo, Martínez González (2007), plantea tres métodos de análisis de fiabilidad de los instrumentos de recogida de información durante el proceso investigativo:

1. Estudiar el grado de estabilidad en los datos que se recogen al aplicar el mismo instrumento en dos o más momentos diferentes sobre los mismos sujetos y en las mismas condiciones.
2. Analizar la fiabilidad a través del grado de equivalencia que se puede establecer entre los datos aportados por dos instrumentos que no son idénticos pero que guardan entre sí mucha similitud, hasta el punto de considerarlos equivalentes o intercambiables.
3. valorar el grado de consistencia interna que hay en la información que se recoge al aplicar a los sujetos una sola técnica una sola vez, es decir, se trata de analizar la relación y coherencia que guardan entre sí las respuestas de los sujetos en la prueba aplicada.

#### ***4.7.6 El proceso de triangulación***

Menciona, Benavides y Gómez (2005) la triangulación se refiere al uso de varios métodos (tanto cuantitativos como cualitativos), de fuentes de datos, de teorías de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno. Este término metafórico representa el objetivo del investigador en la búsqueda de patrones de convergencia para poder

desarrollar o corroborar una interpretación global del fenómeno humano objeto de investigación y no significa que literalmente se tengan que utilizar tres métodos, fuentes de datos, investigadores, teorías o ambientes.

Así mismo, Santos (1990); Hammersley y Atkinson (1994); y Suarez y Villalobos (2008) consideran que esta técnica de análisis hace un uso mixto de diferentes puntos o focos de visión, adoptados a partir de diversas fuentes, técnicas, tiempos, contextos, etc. Así, es innegable que existen tantos puntos de vista como observadores en la realidad. Bericat (1998) (siguiendo a Denzin, 1970) y Hernández, Fernández y Baptista (2010) expresan que, en una investigación coexisten diferentes tipos de triangulación de la información: de fuentes, de investigadores, de metodologías y de teorías; todas ellas con diferentes niveles de complejidad.

En esta investigación se emplearon diferentes tipos de triangulación: teórica, donde el proceso se fundamentó en diferentes ópticas o campos de estudio de acuerdo al marco teórico, de igual manera en el tipo y métodos de investigación, donde se contrastaron las técnicas cualitativas y cuantitativas por medio de los instrumentos y técnicas como: entrevistas, cuestionario, observación, encuesta, grupo focal y de fuentes de información, donde las técnicas aportaron datos provenientes de momentos diferentes en las MIPYME.

#### ***4.7.7. Alfa de Cronbach***

Con el objetivo de determinar la confiabilidad de los cuestionarios que se aplicará durante el proceso de recolección de información se utilizará el método de análisis Alfa de Cronbach.

Menciona Oviedo y Campo (2005), el coeficiente Alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach. Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados. Es decir, alfa de Cronbach es el promedio de las correlaciones entre los ítems que hacen parte de un instrumento. También se puede concebir como la medida en la cual algún constructo, concepto o factor medido está presente en cada ítem. Generalmente un grupo de ítems que explora un factor común muestra un elevado valor de alfa de Cronbach.

El coeficiente de alfa de Cronbach se debe a la practicidad de su uso, ya que requiere una sola administración de la prueba. Además, tiene la ventaja de corresponder a la media de todos los posibles resultados de la comparación que se hace en el proceso de dividir en mitades una escala. La forma más sencilla de calcular el valor de alfa de Cronbach es multiplicar el promedio de todas las correlaciones observadas en los ítems por el número de ítem que componen una escala, y luego dividir el producto entre el resultado de la suma de 1 más el producto de la multiplicación del promedio de todas las correlaciones observadas por el resultado de la resta de 1 al número de ítems:  $\alpha = \frac{n \cdot p}{1 + p(n-1)}$  donde n es número de ítems y p es el promedio de todas las correlaciones.

La fórmula para calcular el coeficiente de consistencia interna Alpha de Cronbach es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{(k - 1)} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k (S_i)^2}{S_t^2} \right]$$

**Ilustración 6.** Fórmula para el cálculo de Alpha de Cronbach

**Donde:**

$[S_i]^2$  es la varianza del ítem  $i$

$S_t^2$  es la varianza de los valores totales observados

$K$  es el número de preguntas o ítems

La interpretación del coeficiente de confiabilidad obtenido se realizó considerando la escala propuesta por Jaramillo y Osses, (2012), en la cual se reflejan los valores que este puede alcanzar, los cuales se organizan en sentido ascendente desde muy alto hasta muy bajo:

**Tabla 9.** Interpretación coeficiente Alpha de Cronbach.

<b>Escala de coeficiente Alfa.</b>	<b>Escala</b>
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0, 80	Alta
0,40 a 0, 60	Moderada
0,21 a 0, 40	Baja
0, 01 a 0, 20	Muy baja

*Nota: Hernández et al 2010.*

De acuerdo con Hernández Sampieri, R. et al (2010) plantea respecto a la interpretación de los distintos coeficientes mencionados señala que no hay una regla que

indique a partir de qué valor tiene o no fiabilidad un instrumento. Más bien, el investigador calcula su valor, lo reporta y lo somete a escrutinio de los usuarios del estudio u otros investigadores. Pero podemos decir (de forma más o menos general) que si obtengo 0.25 en la correlación o coeficiente, esto indica que una confiabilidad baja; si el resultado es de 0.50, la fiabilidad es media o regular. En cambio, si supero el 0.75 es aceptable, y si es mayor a 0.90 es elevada.

El coeficiente alfa de Cronbach es más fidedigno cuando se calcula a una escala de veinte ítems o menos. Las escalas mayores que miden un solo constructo pueden dar la falsa impresión de una gran consistencia interna cuando realmente no la poseen. Tampoco se puede caer en el extremo de diseñar escalas de un solo ítems. Esto hace la medida poco confiable, debido al elevado error producto del azar, ya que es improbable que un único ítem abarque la amplitud de un concepto complejo.

Se procedió a aplicar el coeficiente Alfa de Cronbach, empleando el paquete estadístico para PC IBM SPSS, al instrumento de cuestionario de la encuesta que se aplicó al grupo de pilotaje de 14 MIPYME, donde este constaba de 58 elementos para las tres grandes variables, el cual este se separó en 3 variables y estas constaban de categorías.

En la primera variable del conocimiento contable, se dividió en dimensiones de: Organización, Control, Contabilidad; que corresponde a la encuesta según anexo3. (P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23).

De igual manera la variable 2. Prácticas y procesos contables, según encuesta. Anexo C (P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P36, P37, P38, P39, P40, P41, P42, P43, P44, P45, P46, P47).

Continuando con la variable 3. Desarrollo empresarial relacionada a la encuesta. Anexo C. (P48, P49, P50, P51, P52, P53, P55, P56, P57, P58).

Con lo mencionado por los autores citados anteriormente; se procedió a aplicar el coeficiente Alfa de Cronbach, empleando el paquete estadístico para PC IBM SPSS al cuestionario de encuesta donde se realizó un análisis de este el cual está conformado por 58 elementos que de ellos 20 elementos son preguntas abiertas o de análisis el cual se mencionan a continuación:

1. Edad

4. Tiempo de iniciar el negocio

6. ¿A qué actividad económica se dedica su MIPYME?

Las preguntas 8.1, 9.1, 14.1, 15.1, 27.1, 31.1, 52.1. Relacionadas a las preguntas de origen que para una mayor recopilación de la información se segrega la interrogante. Si es la opción Otros especificar.

11.1 Si la respuesta es Organización Informal mencione ¿Por qué la considera de esa manera?

23. Mencione los productos/servicio, con que cuenta su empresa

27. Si su respuesta es positiva ¿En qué áreas realiza el proceso de control? Puede seleccionar varias opciones.

Escala: 1: (Administración), 2 (Personal), 3 (Finanzas), 4 (Servicios),5 (Contable),6 (Otros).

Relacionada a la pregunta 26.

33.1 En caso de que sí ha participado en ferias, especificar quien lo organizó. Relacionado a la pregunta 33.

41. ¿Qué factores le ayudarían a aumentar sus ventas?

45. ¿Qué considera que le hace falta para mejorar la calidad de sus productos o servicios y su capacidad de producción (productividad)?

51.1 Si la respuesta es positiva mencione. Tipo y tema de capacitación. Relacionada a la pregunta 51.

55. Describa 2 principales fortalezas en su MIPYME en el área Contable, Administrativo, Económico.

56. Describa 2 principales Debilidades en su MIPYME en el área Contable, Administrativo, Económico.

57. En el caso que estaría dispuesto a recibir apoyo. Podría brindar sus datos para poder contactarle. (esta información es confidencial el cual será para fines académicos): Correo, Teléfono, Dirección

Por lo que el cuestionario queda en 38 componentes con escalas de 1 al 6 donde cada pregunta tiene sus escalas indicativas para darle salida a las variables de la investigación. El valor obtenido de las respuestas de 14 MIPYME a los que se le aplicó el cuestionario (ninguno fue excluido), se presentan en el siguiente cuadro:

**Tabla 10.** Resumen de procesamiento de casos Alfa Cronbach

		N	%
Casos	Válido	14	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	14	100.0

- a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

*Nota: Aplicación encuesta piloto Alfa Cronbach SPSS*

**Tabla 11.** Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>0.807</b>	<b>38</b>

*Nota: Aplicación encuesta piloto Alfa Cronbach SPSS*

De acuerdo con los autores el valor de 0.807 representa una escala muy alta para el cuestionario, lo cual indicó que al ser aplicado a las MIPYME objetos de estudio los resultados serían válidos y fiables por lo que se procede a la aplicación.

De igual manera, al aplicar el coeficiente para cada ítem eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento se obtuvo una confiabilidad entre 0.802 y 0.807, lo cual confirmó que el cuestionario tenía una escala entre alta y muy alta de confiabilidad de acuerdo con el Anexo G. Por lo tanto, no fue necesario eliminar ningún ítem o volver a aplicar el instrumento.

Al obtener un resultado global de 0.807 en todo el cuestionario y entre 0.802 y 0.807 de confiabilidad para cada ítem del instrumento, se consideró muy aceptable para este estudio por lo que se procede a la aplicación.

Culminadas estas subfases se procedió a la elaboración y aplicación final del instrumento en las MIPYME objeto de la investigación. El instrumento final tiene la siguiente estructura: (58 ítems), agrupados en tres grandes variables e indicadores: la variable conocimiento contable lo conforman (28 ítems), donde sus indicadores son datos generales, situación del negocio, organización, control el cual consta de (18 ítems), la variable de procesos contables se divide en los indicadores de situación financiera, registros contables, comercialización, créditos, dentro de la tercera variable está compuesta por los indicadores de capacitación y asistencia contable financiera conformado por (12 ítems). La relación entre cada uno de las variables se puede corroborar en la operacionalización de variables.

#### **IV. Cuarta Parte. Análisis e interpretación de los resultados**

## **Capítulo V. Análisis e interpretación de los resultados**

Es así que Bernal(2010),indica el análisis y la discusión de resultados obtenidos del procesamiento de la información consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis y/o preguntas formuladas, y las teorías o los presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar si confirman las teorías o no, y se generan debates con la teoría ya existente. (p.222).

En este apartado se analiza, interpreta y discute los resultados obtenidos con base a los objetivos propuestos.

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados al inicio de esta investigación, se obtuvo la información recopilada por medio de los instrumentos de análisis: guía de grupo focal, el cuestionario y la entrevista, la sistematización. Los resultados y el análisis de estos se presentan en el orden jerárquico, partiendo de los objetivos específicos según los ítems de cada indicador.

### **5.1 Manejo de información y conocimiento contable de las Micro, Pequeñas y Medianas**

#### **Empresas para su funcionamiento**

Para dar salida al objetivo de caracterización del manejo de información y conocimiento contable de las pequeñas empresas para su funcionamiento, se aplicó instrumento de encuesta, por medio de Google Drive, el cual se procesó en SPSS y para mayor presentación se realizaron las gráficas en Excel, de acuerdo con Anexo D, a 110 emprendimientos, MIPYME, donde este se detalló por variables, variable I datos generales, variable II situación del negocio, variable III organización y variable IV control. Es

importante mencionar que las MIPYME en estudio se analizan y procesan con el nombre de casos en el orden de 1 al 110.

En esta investigación se empleó el proceso de triangulación: teórica, donde el proceso se fundamentó en diferentes ópticas o campos de estudio de acuerdo al marco teórico, de igual manera en el tipo y métodos de investigación, donde se contrastaron las técnicas cualitativas y cuantitativas por medio de los instrumentos como: observación, encuesta y de fuentes de información, donde las técnicas aportaron datos provenientes de momentos diferentes en las MIPYME por medio de las variables situación del negocio, organización, control.

### ***5.1.1 Datos generales***

Se consultan los datos generales de las personas representando a las MIPYME por medio de la pregunta 1, el cual se consulta la edad del entrevistado.

***Tabla 12. Estadístico Edad del entrevistado***

Media	30.91
Mediana	29.00
Moda	21.00
Mínimo	17.00
Máximo	58.00

*Nota: Elaboración Propia*

**Gráfico 7.** Estadístico Edad del entrevistado.



*Nota: Elaboración Propia*

De acuerdo a la tabla 12 y gráfica 7, según pregunta 1, de la encuesta en Anexo D, donde se le consultó a las MIPYME en estudio la edad del entrevistado el cual se pudo obtener información de la edad con una media de 31 años, mediana de 29 años, moda de 21 años, con mínimo de 17 años, con un máximo de edad de 58 años, esto indica que los dueños o representantes de los emprendimientos, oscilan desde 17 a 58 años de edad, que es algo positivo ya que desde temprana edad comienzan a realizar sus propios emprendimientos.

Continuando con el análisis de la edad del entrevistado, del total de 110 MIPYME, como se observa en la tabla 13 y gráfica 8, la frecuencia de las edades que más prevalecen es de 21,24, 32 años relacionándolo con la tabla 12 y gráfica 7, la moda es de 21 años, donde indica que las personas a partir de sus 21 años tienen sus emprendimientos.

**Tabla 13.** *Frecuencia Edad del entrevistado.*

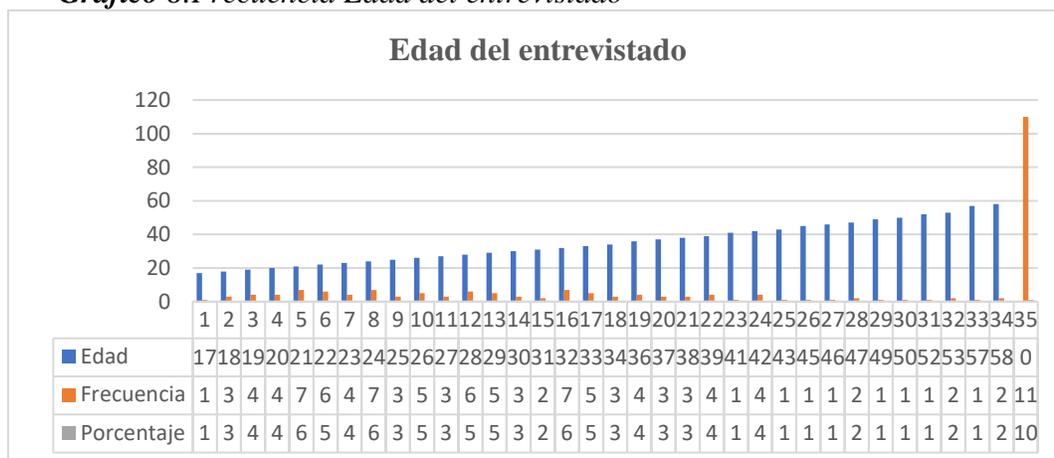
<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
17	1	1%
18	3	3%
19	4	4%
20	4	4%
21	7	6%
22	6	5%
23	4	4%
24	7	6%
25	3	3%
26	5	5%
27	3	3%
28	6	5%
29	5	5%

30	3	3%
31	2	2%
32	7	6%
33	5	5%
34	3	3%
36	4	4%
37	3	3%
38	3	3%
39	4	4%
41	1	1%
42	4	4%
43	1	1%
45	1	1%
46	1	1%
47	2	2%

49	1	1%
50	1	1%
52	1	1%
53	2	2%
57	1	1%
58	2	2%
Total	110	100%

Nota: Elaboración Propia

**Gráfico 8. Frecuencia Edad del entrevistado**



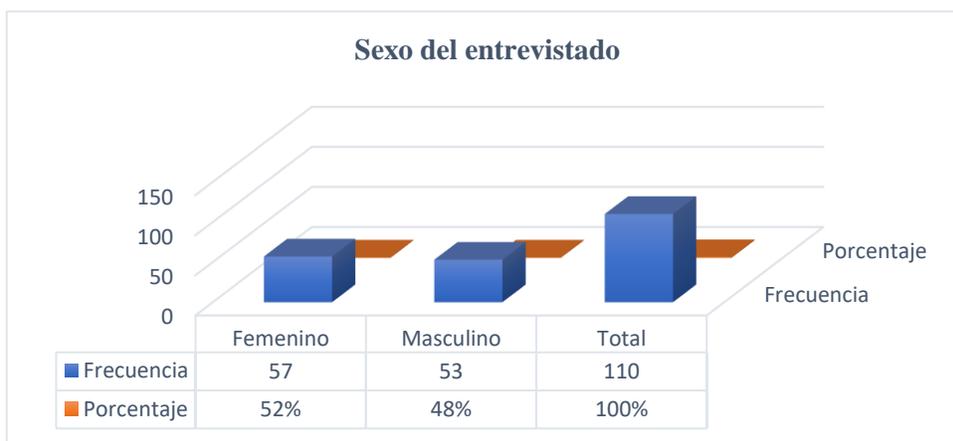
Nota: Elaboración Propia.

Así mismo como señala *la pregunta 2, del Anexo D*, según tabla 14 y gráfica 9, se les consulto el sexo del entrevistado.

**Tabla 13.1.** Frecuencia Sexo del entrevistado

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	57	52%
Masculino	53	48%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 9.** Frecuencia Sexo del entrevistado

*Nota: Elaboración Propia*

Así mismo como señala *la pregunta 2*, del Anexo D, según tabla 14 y gráfica 9, se les consulto el sexo del entrevistado, donde los resultados fueron 57 mujeres correspondiente al 52% y 53 varones equivalente al 48%, el cual se puede apreciar la equidad de género.

Al mismo tiempo se consultó de acuerdo con Anexo D, *pregunta 3*, el nivel académico del entrevistado representante o dueño de la MIPYME.

**Tabla 14.** Estadístico Nivel académico

Media	3.45
Mediana	3.00
Moda	3.00
Mínimo	1.00
Máximo	5.00

*Nota: Elaboración Propia*

**Gráfico 10.** Nivel académico del entrevistado



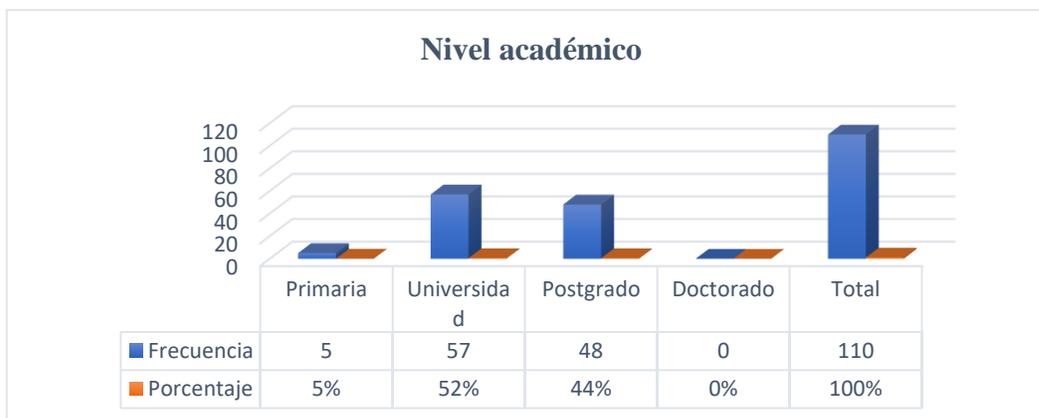
*Nota: Elaboración Propia*

**Tabla 15.** Frecuencia Nivel académico

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	5	5%
Universidad	57	52%
Postgrado	48	44%
Doctorado	0	0%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia*

Al mismo tiempo se consultó de acuerdo con Anexo D, *pregunta 3*, tabla 15 y gráfico 11, sobre el nivel académico por lo que se puede apreciar una media y moda de 3 correspondiente a estudios de postgrados y universitarios.

**Gráfico 11.** Frecuencia nivel académico

*Nota: Elaboración Propia*

De la misma forma se analizó el nivel de frecuencia del nivel académico de los entrevistados el cual se puede apreciar en la tabla 15 y gráfica 11, que 5 MIPYME están representados por el nivel académico de primaria correspondiente al 5%, seguido de estudios Universitarios con 57 MIPYME equivalentes al 52%, 48 representantes equivalentes al 44% con estudios de postgrados, esto indica que la mayoría de los entrevistados y representantes de las MIPYME tienen estudios superiores.

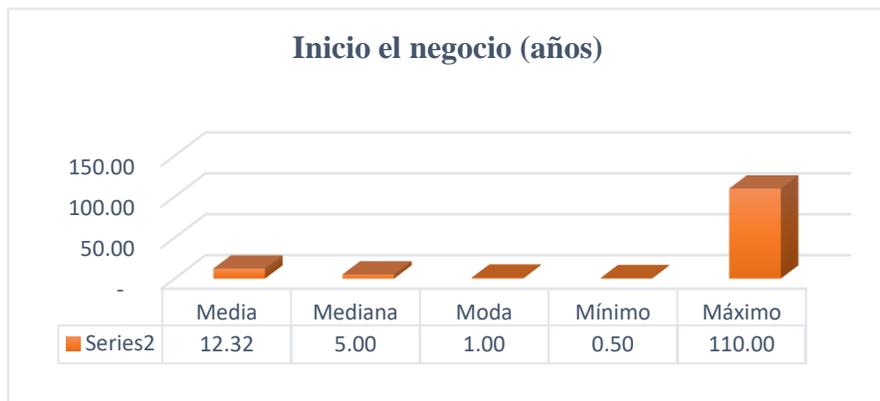
### ***5.1.2 Situación del negocio***

Continuando con el análisis se les consulto a las MIPYME hace cuánto tiempo iniciaron sus emprendimientos de acuerdo con la *pregunta 4*, del Anexo D.

***Tabla 16. Estadístico inicio del negocio (años)***

Media	12.32
Mediana	5.00
Moda	1.00
Mínimo	0.50

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 12.** Estadístico inicio del negocio (años)

*Nota: Elaboración Propia*

Cabe destacar de acuerdo con la *pregunta número 4* del Anexo D, gráfica 12 y tabla 16, de la encuesta realizada a las MIPYME en estudio se consultó el inicio del negocio en años, dónde esta se pudo determinar a través de estadísticos su media de 12.32 años con una mediana de 5 años teniendo una moda de un año con un mínimo de aquellas MIPYME que han iniciado su negocio en medio año.

**Tabla 17.** Frecuencia inicio en años

<b>Años</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
0.5	6	5%
1	17	15%
2	12	11%
3	12	11%

4	4	4%
5	8	7%
6	5	5%
7	3	3%
8	2	2%
10	12	11%
11	1	1%
12	3	3%
15	2	2%
17	2	2%
19	1	1%
20	2	2%
23	3	3%
25	1	1%
26	1	1%

30	1	1%
31	1	1%
34	1	1%
38	1	1%
47	1	1%
50	2	2%
60	1	1%
62	1	1%
63	1	1%
72	1	1%
95	1	1%
110	1	1%
Total	110	100%

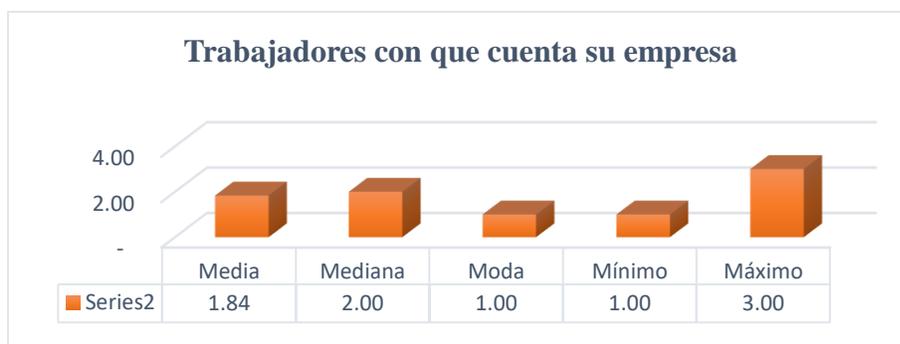
*Nota: Elaboración Propia*



**Tabla 18.** Estadístico con cuántos trabajadores cuenta su empresa

Media	1.84
Mediana	2.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia*

**Gráfico 14.** Estadístico con cuántos trabajadores cuenta su empresa

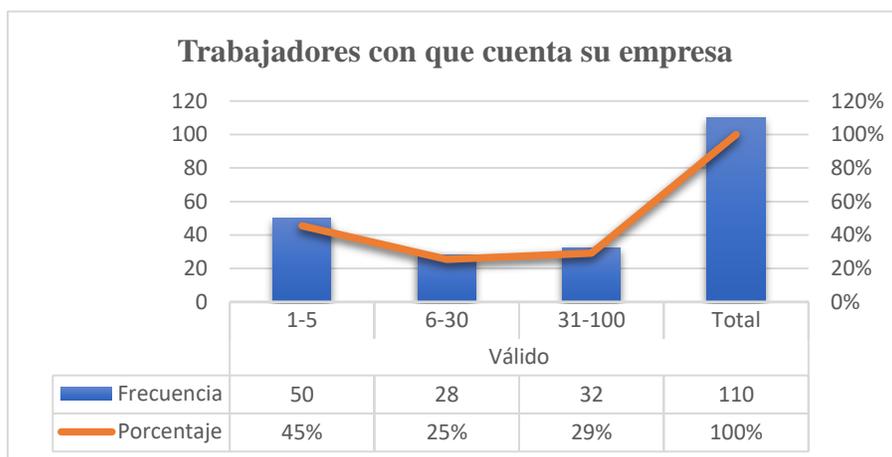
*Nota: Elaboración Propia.*

Por consiguiente, de acuerdo con la tabla 18 y gráfico 14, de la *pregunta número 5*, del anexo número 4, encuesta realizada a las MIPYME donde se consultó la cantidad de trabajadores con que cuentan las MIPYME estableciendo una media, mediana, moda, mínimo y máximo de la misma con una mediana de la opción número 2 que equivale de 6 a 30 trabajadores y una moda entre 1 y 5 trabajadores.

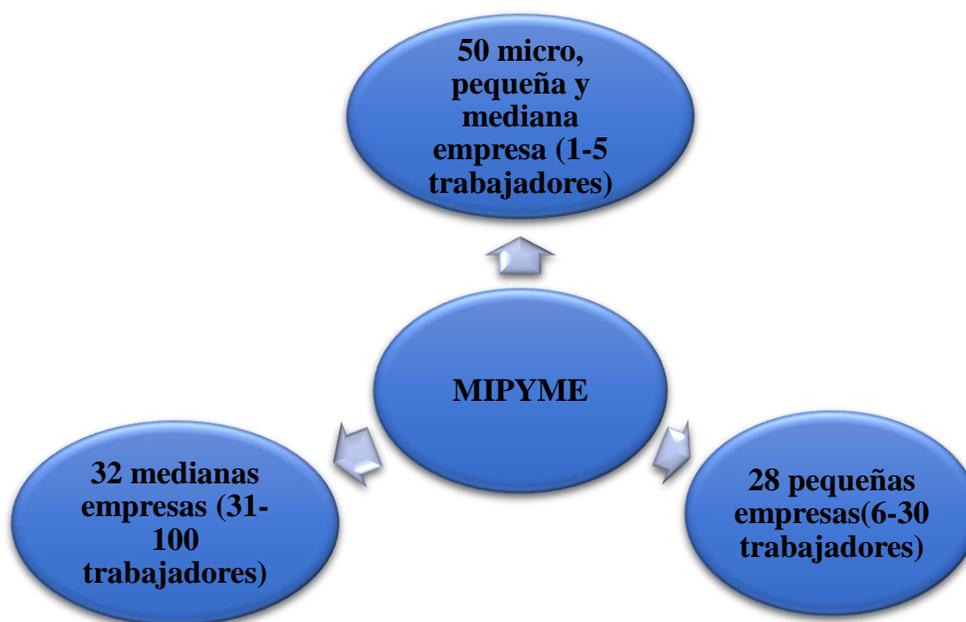
**Tabla 19.** Frecuencia con cuántos trabajadores cuenta su empresa

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
1-5	50	45%
6-30	28	25%
31-100	32	29%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 15.** Frecuencia con cuántos trabajadores cuenta su empresa

*Nota: Elaboración Propia*



*Ilustración 7. Clasificación de MIPYME*

*Nota: Elaboración Propia*

Por lo cual esta pregunta 5, se sustenta del mismo modo con la tabla 19, gráfico 15 e ilustración 7, donde se determina lo que es la frecuencia de cada uno de los trabajadores con que cuenta la empresa, donde 50 empresas cuentan entre 1 y 5 trabajadores pudiéndose esta clasificar dentro de lo que es el reglamento de la ley MIPYME en el decreto 17 del 2008 la clasificación de MIPYME con su variable del número total de trabajadores el cual se caracterizan como *micro, pequeña y mediana empresa*, continuando con 28 empresas que están con sus cantidades de trabajadores entre 6 y 30 el cual esta se clasifican como *pequeñas empresas*, del mismo modo 32 empresas en estudio están con la cantidad entre 31 a 100 trabajadores de acuerdo al reglamento de la ley MIPYME esta se clasifican como *medianas empresas*, por lo que se puede analizar según la clasificación de las Micro, pequeña y

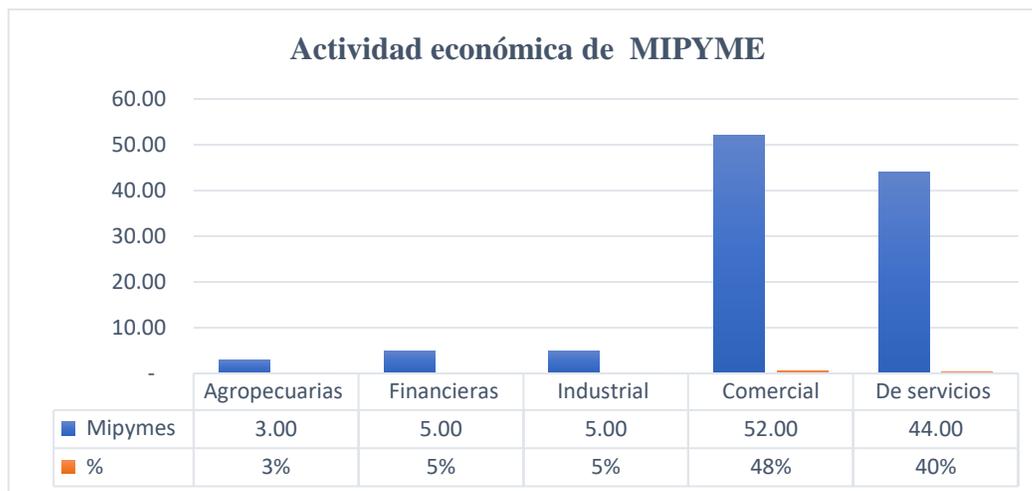
mediana empresa que fue posible haber realizado el análisis en los tres sectores micro pequeña y mediana empresas.

De acuerdo con la *pregunta número 6*, del Anexo D, encuesta realizada a MIPYME en estudio, donde se le consultó a qué actividad económica se dedica su MIPYME, el cual fue una pregunta abierta, por lo que esta se clasificó según su actividad económica; entre ellas se mencionan:

**Tabla 20. Actividad Económica**

Actividad económica	MIPYME	%
Agropecuarias	3.00	3%
Financieras	5.00	5%
Industrial	5.00	5%
Comercial	53.00	48%
De servicios	44.00	40%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 16. Actividad económica de MIPYME**

*Nota: Elaboración Propia.*

De las 110 MIPYME en estudio, según gráfica 16 y tabla 20, se pudieron analizar la mayoría de las actividades económicas, como lo son agropecuarias con 3 MIPYME que corresponde a un 3%, Financieras 5 MIPYME con un 5%, sector Industrial 5 MIPYME representando un 5%, con un mayor predominio el sector comercial con 53 MIPYME el cual corresponde al 48% de la muestra, seguido del sector servicio con 44 MIPYME equivalente al 40%.

Se detallan cada sector económico en estudio.

- **Agropecuarias**

Según el análisis la actividad agropecuaria son aquellas MIPYME que producen bienes agrícolas y pecuarios en grandes cantidades.

De ellas 3 MIPYME fueron del sector agropecuario que corresponde a un 3% el cual se dedican a: Agroindustria, perforación de pozos y minas, producción porcina.

- **Financieras**

En el estudio se pudo obtener información de las Financieras el cual se denomina a la persona natural o a la persona jurídica que se dedique a ofrecer al público préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

De ellas se obtuvo un resultado de Financieras con 5 MIPYME representando un 5%, el cual una es Microfinanciera y 4 se clasificaron como Financieras.

- **Industrial**

El sector industrial se vio representado en el estudio el cual estas son aquellas que adquieren una materia prima, la procesan y venden un nuevo producto terminado para la venta.

De la muestra del sector Industrial fueron 5 MIPYME representando un 5% y sus actividades fueron: Rubro textil, Textil venta y compra, Producción, elaboración de accesorios de madera y dos MIPYME solo se identificaron como Industrias.

- **Comerciales**

El sector comercio se vio representado por 53 MIPYME el cual corresponde al 48% de la muestra. Se puede decir que las MIPYME del sector comercial adquieren un producto terminado y lo venden, es decir que no sufre ningún cambio; en las del estudio sus principales giros fueron:

Venta de techos y materiales derivados del acero, auto lavado, variedades, distribuidora café, rock anime, venta de repuestos usados de maquinaria pesada, venta de

cosmético, venta de sandalias nicaragüense, venta de bienes, venta de perfumes, venta de productos lácteos (principalmente yogurt), ropa y artículos varios, venta de variedades, distribución mayorista de materiales de construcción, cerámica, venta de vehículos, comedor, venta de lentes y aros, venta de empaques plástico, pastelería, bocadillos y canastas navideñas, comercialización de alimentos y productos de bolsa, venta de joyas artesanales, distribución de electrónica, proyectos varios, venta de refacciones, venta de alimentos, venta de bienes, venta de batidos naturales, sala de juegos (casinos), venta de repuestos.

En la investigación se obtuvo información de 4 MIPYME que se dedican a la venta de ropa, 4 MIPYME que se dedican al sector de ferreterías, dos MIPYME en el área de telecomunicaciones, también se mencionan 2 MIPYME del área farmacéutica, 9 empresas mencionaron solo sector comercial sin mencionar su giro en específico, sin embargo esta se relaciona con la pregunta 22 del Anexo D, encuesta donde se les consulta cual es el producto o servicio que ellos comercializan para tener un mayor análisis de la misma.

- **De servicios**

En el sector servicio estas MIPYME buscan prestar un servicio a la comunidad, por lo general son de carácter intangibles. En la investigación se pudo obtener información de estas el cual fue de 44 MIPYME equivalente al 40% de las MIPYME en estudio. Dentro de sus principales giros son:

Agencia aduanera (servicio de transporte), asesoría legal e idioma , asesoría legal, asesoramiento financiero y microcrédito, consultor financiero, finanzas empresariales, capacitación profesional, prevención del lavado de activos, servicios de auditoría y

outsourcing, proyecto social, educación, recorrido escolar, servicios de jardinería , servicios múltiples, staffing, prestación de servicios, auditoría, sector salud, servicios de salud y servicios médicos, uñas acrílicas, barbería, salón de belleza, hotelería, servicio de construcción , servicio de diseño, supervisión y construcción de obras.

En tal sentido 2 de las estudiadas se dedican al área de servicio específicamente al turismo, del mismo modo 2 de ellas se dedican al servicio del sector transporte y 14 MIPYME mencionaron solo que se dedican al sector servicio, pero no especificaron a qué tipo de servicio, sin embargo, esta se relaciona con la pregunta 22 del Anexo D, encuesta donde se les consulta cual es el producto o servicio que ellos comercializan para tener un mayor análisis de esta.

Por consiguiente, en la *pregunta número 7*, del Anexo D encuesta realizada a las MIPYME en estudio se consultó si la empresa está registrada, el cual está pregunta es de *opción múltiples*, dónde estás podían marcar desde la opción 1 a la 4 el cual se clasificó en escalas: 1: (DGI), 2: (Alcaldía), 3: (INSS), 4: (Ninguna).

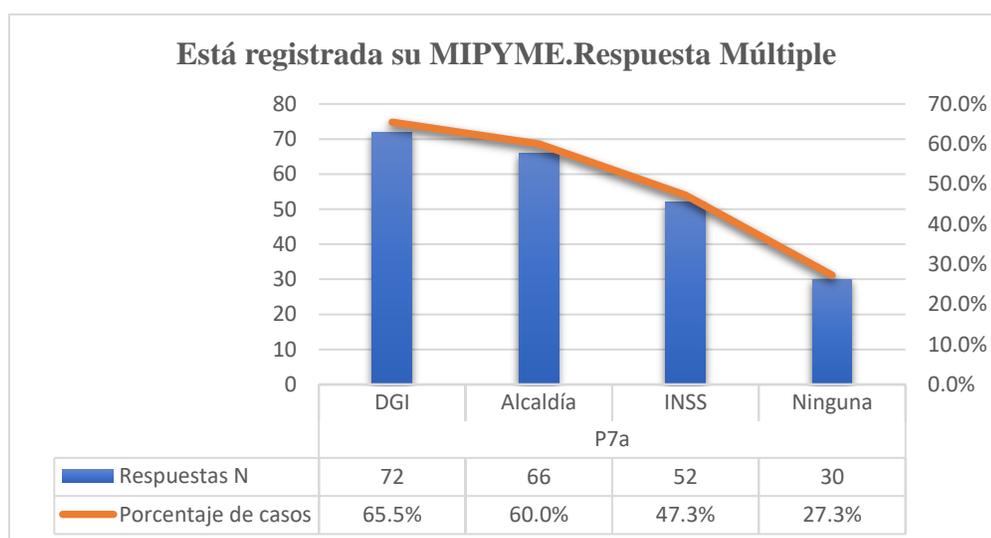
**Tabla 21.** Registro ante Instituciones

Escalas		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P7 <sup>a</sup>	DGI	72	65.5%
	Alcaldía	66	60.0%

	INSS	52	47.3%
	Ninguna	30	27.3%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 17.** Registro ante Instituciones



*Nota: Elaboración Propia.*

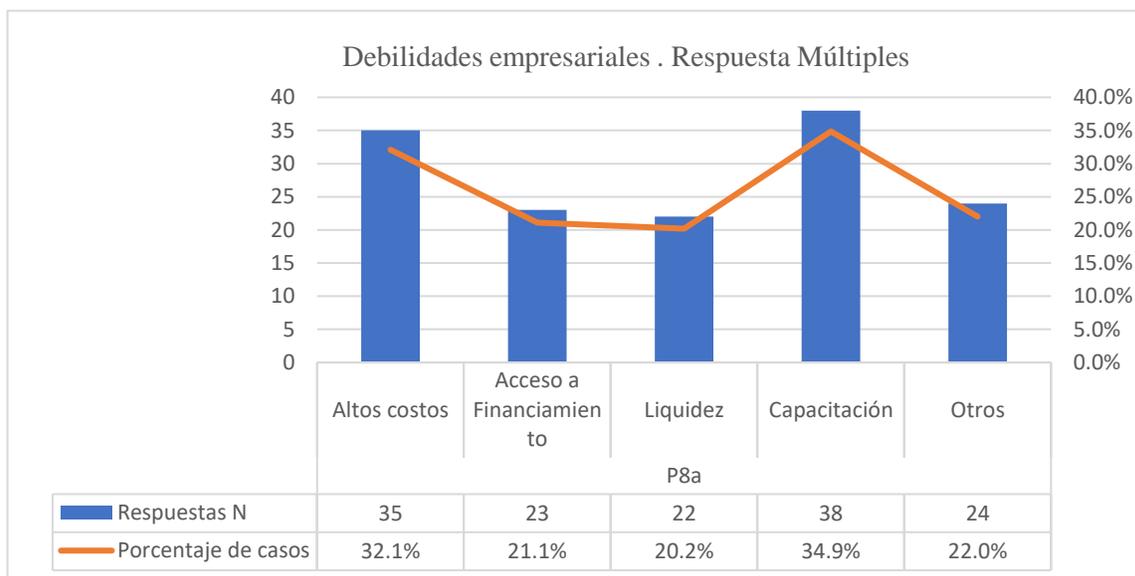
Como resultado de la pregunta número 7, de acuerdo a la tabla 21 y gráfico 17, según las opciones múltiples que estos podían seleccionar, 72 empresas mencionaron que están registradas en DGI correspondiente al 65.5% del mismo modo 66 empresas indican que están registrados en Alcaldía equivalente al 60% en ese mismo sentido 52 MIPYME indican que están registrados en el INSS el cual equivale a 47.3% de la misma manera 30 de estas MIPYME indican que no están registradas en ningún institución equivalente al 27.3%

De igual forma se realizó la *pregunta número 8*, de acuerdo con el anexo número 4, a las MIPYME donde se les consultó qué debilidades empresariales estas podían tener, dándoles *opciones múltiples*, en este sentido que ellas podían marcar más de una opción presentándoles las escalas de: escala: 1: (Altos costos), 2 (Acceso a Financiamiento), 3: (Liquidez), 4: (Capacitación), 5:( Otros).

**Tabla 22.** *Debilidades empresariales, respuestas múltiples.*

Escalas		Respuestas	
		N	Porcentaje de casos
P8 <sup>a</sup>	Altos costos	35	32.1%
	Acceso a Financiamiento	23	21.1%
	Liquidez	22	20.2%
	Capacitación	38	34.9%
	Otros	24	22.0%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 18.** Debilidades empresariales, respuestas múltiples.

*Nota: Elaboración Propia.*

En este sentido la pregunta número 8 se sustenta de acuerdo a la tabla 22 y gráfico 18, según el resultado de la encuesta, el cual las empresas podían seleccionar múltiples respuestas, donde 35 empresas seleccionaron altos costos correspondiente al 32%, en ese mismo sentido 23 empresas indicaron que dentro de sus debilidades es el acceso al financiamiento el cual equivale al 21%, continuando 22 empresas indican que dentro de las debilidades es la liquidez el cual equivale al 20%, en ese mismo sentido 38 MIPYME seleccionaron lo que es la debilidad empresarial que son la falta de capacitación correspondiente al 35% que es la mayor debilidad empresarial y 24 de ellas respondieron otros tipos de debilidades empresariales equivalente al 22%, esta pregunta 8 se segrega con la 8.1 que es pregunta abierta donde se consulta que si ellas seleccionaban la respuesta otros, deberían de especificar cuáles son esos otros tipos de debilidades empresariales.

Continuando con la *pregunta número 8*, del Anexo D, encuesta realizada a MIPYME en estudio, donde se le consultó las debilidades empresariales que presentan por lo que se les

dio escala: 1: (Altos costos), 2 (Acceso a Financiamiento), 3: (Liquidez), 4: (Capacitación), 5:( Otros). Esta pregunta se relaciona con *la pregunta 8.1*, que es un análisis a profundidad; abierto donde se les mencionó que si es la opción Otros debían de especificar. Por lo que los casos en estudio mencionaron que dentro de estas debilidades empresariales 24 consideran en la opción otros, por los cuales se mencionan:

Se listan las debilidades empresariales que más prevalecieron según la pregunta 8.1, donde especificaron otro tipo de debilidad que las MIPYME consideraron:



***Ilustración 8. Debilidades empresariales.***

*Nota: Elaboración Propia*

El caso número 3 dentro de la opción otros mencionan que una debilidad empresarial es el Marketing, el caso 11 y 65 coinciden que son los Clientes, de igual manera 2 de ellos en este el caso 13 y el 79 mencionan que la debilidad empresarial lo basan en el Control Interno. El caso 15 mencionó que su debilidad empresarial es no tener un lugar establecido del negocio aún; el caso 17 indica que no tiene coordinación con el tiempo, seguido del caso 34 que indica que es los materiales utilizados para realizar mantenimiento y reparación, el caso 43 su debilidad es en la coordinación, el caso número 60 responde que no cuenta con una Contabilidad del negocio, el caso 67 y 86 indica que su debilidad es el personal calificado.

Siguiendo con el análisis el caso 75 identifica su debilidad en los escasos de materia prima para elaboración de dietas balanceadas en el sector agrícola, el caso 78 menciona que su principal debilidad empresarial también está en la organización, el caso 82 indica el Movimiento constante del mercado de servicios, el caso 88 expresa que requiere de Certificación internacional.

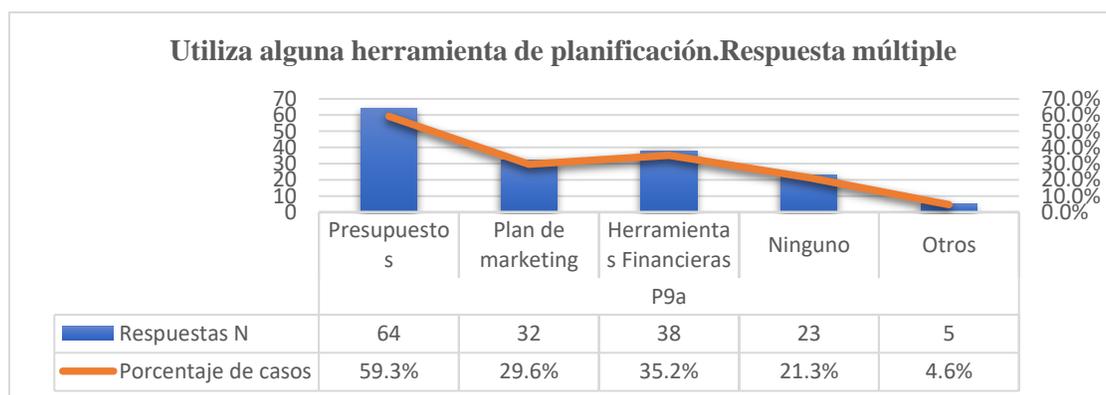
El caso 94 de la empresa en estudio indicó la opción otros donde expresa que su MIPYME es una fortaleza, pero a la vez trae desventajas la cual es que: No existen precedentes de comercios/tiendas similares, ocasionando que sea una pionera en el establecimiento de precios de ventas de productos, manera (canales o medios) de ofrecer los productos. Pero, el no tener antecedentes, es una pequeña debilidad ya que no hay una base o precedentes de cómo funciona este tipo de negocio. De igual manera el caso 106 menciona el desabastecimiento de inventario por escasos.

De igual manera se realizó la *pregunta número 9*, donde el propósito era conocer la utilización de alguna herramienta de planificación en las MIPYME, por lo que esta pregunta tenía *opciones múltiples*, con escala: 1: (Presupuestos), 2: (Plan de marketing), 3: (Herramientas Financieras), 4: (Ninguno), 5: (Otros). En ese mismo sentido la pregunta 9 tiene relación con la pregunta 9.1, donde se les consultó si es la opción otros deben especificar.

**Tabla 23.** Utilización de herramienta de planificación

Escalas		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P9 <sup>a</sup>	Presupuestos	64	59.3%
	Plan de marketing	32	29.6%
	Herramientas Financieras	38	35.2%
	Ninguno	23	21.3%
	Otros	5	4.6%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 19.** Utilización de herramienta de planificación

*Nota: Elaboración Propia.*

Como lo muestra la tabla 23 y gráfica 19, de acuerdo a la *pregunta número 9*, donde se consultó si las MIPYME utilizaban alguna herramienta de planificación, estas podían marcar más de una opción teniendo 64 respuestas que indicaron que la herramienta que utilizan es presupuestos equivalente al 59%, seguido de 32 respuestas que seleccionaron la herramienta de plan de marketing el cual corresponde al 30%, en ese mismo sentido 38 respuestas indicaron herramientas financieras por lo que corresponde al 35% y 23 MIPYME seleccionaron que no utilizan ninguna herramienta de planificación equivalente a un 21%, en ese mismo sentido se dio la opción otros, 5 MIPYME respondieron que utilizan otros tipos de herramientas de planificación equivalente al 5%.

En ese mismo sentido la *pregunta número 9*, del Anexo D, encuesta realizada a MIPYME en estudio tiene relación con la *pregunta número 9.1*, donde se les consultó si es la opción otros deben especificar.



**Ilustración 9.** Otras herramientas de planificación.

*Nota: Elaboración Propia*

Esta pregunta se relaciona con la *pregunta 9.1* donde si seleccionaban la opción 5 que corresponde a otros en esta debían de especificar, por lo que los siguientes casos mencionaron esta opción: El caso 43 indica que su herramienta para planificar es la delegación de funciones al personal, seguido del caso 67 indico 4 opciones que es presupuesto, plan de marketing, herramientas financieras y también la opción otros donde menciona que es la planificación estratégica.

El caso 94 selecciono el presupuesto y también la opción otros donde expresa que al momento de seleccionar un nuevo producto. Es literalmente eso, un nuevo producto en el país, y para determinar su precio de venta utiliza un formato que es similar a una proyección de ventas, sacando las rentabilidades y costos de la mercadería, fijando los precios mediante un criterio personal y financiero (que den buena rentabilidad) además de tener en cuenta el precio del mismo producto en mercados internacionales.

### ***5.1.3 Organización***

Al igual se realizó la *pregunta número 10*, de acuerdo con el Anexo D, encuesta realizada a las MIPYME donde se les consultó si sus MIPYME tienen según las escalas: 1: (Visión y Misión), 2: (Valores y Objetivos), 3: (Organigrama), 4:(Logos), 5: (Ninguna de las anteriores), por lo que esta pregunta es de *opción múltiple*.

**Tabla 24.** Componentes de las MIPYME

Escalas		Respuestas	
		N	Porcentaje de casos
P10 <sup>a</sup>	Visión y Misión	74	67.3%
	Valores y Objetivos	61	55.5%
	Organigrama	58	52.7%
	Logos	81	73.6%
	Ninguna de las anteriores	16	14.5%

Nota: Elaboración Propia

**Gráfico 20.** Componentes de las MIPYME.

Nota: Elaboración Propia

Por ende, la tabla 24 y gráfico 20, de *la pregunta 10* el cual tenía la opción de que las MIPYME pudieran seleccionar múltiples opciones, como resultado de ello se obtuvo 74 respuestas que indican que estas tienen visión y misión equivalente al 67%. Es por ello que también 61 respuestas indicaron que tienen valores y objetivos declarados en sus empresas equivalentes al 55% del mismo modo 58 respuestas fueron seleccionadas con organigrama correspondiente al 53% en ese sentido 81 respuestas indicaron que sus MIPYME tienen ya sus logos establecidos equivalente al 74%, sin embargo, hubo 16 respuestas que mencionan que no tienen ninguna de los anteriores descritos equivalentes al 15%.

Por ello se realizó la consulta a las MIPYME, *según pregunta 11*, de acuerdo con el Anexo D, donde se consultó, con qué tipo de organización estas se identifican donde se les dio la opción a escalas: 1: (Organización formal), 2: (Organización Informal).

**Tabla 25.** Tipo de organización

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Organización formal	79	72%
Organización Informal	31	28%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia*

**Gráfico 21. Tipo de organización**

*Nota: Elaboración Propia*

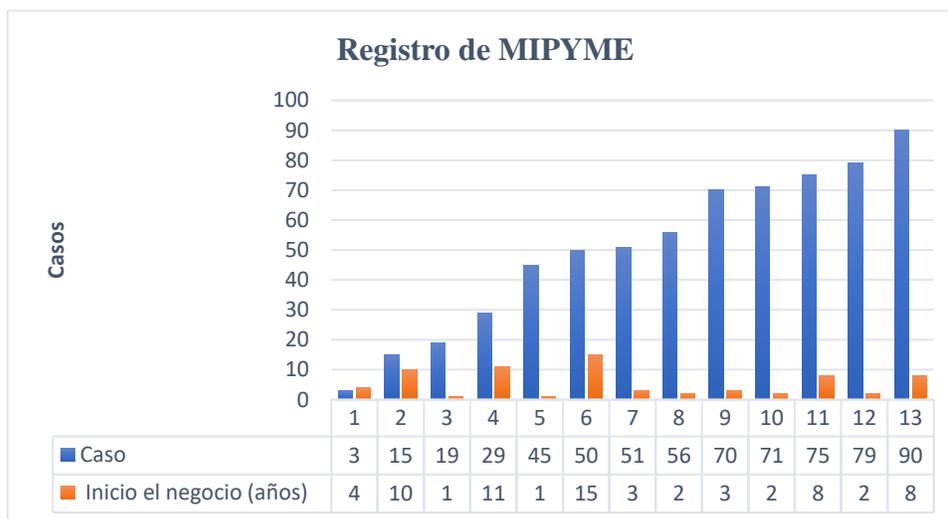
En este sentido según tabla 25 y gráfico 21, de la pregunta 11 encuesta realizada a las MIPYME, 79 empresas indicaron que están dentro del tipo de organización formal equivalente al 72%, sin embargo 31 MIPYME mencionan que se consideran que están en organización informal equivalente al 28%.

En este mismo sentido la *pregunta número 11 y 11.1*, del Anexo D, encuesta realizada MIPYME en estudio, donde se consultó con qué tipo de organización se identifica su empresa, presentándoles la escala: 1: (Organización formal), 2: (Organización Informal), por lo que esta misma se relaciona con la *pregunta 11.1* la cual indica que si la respuesta es Organización Informal mencione por qué la considera de esa manera, donde es una pregunta abierta de profundidad, el cual las MIPYME en estudio informan las siguientes razones:

**Tabla 26.** Registro de MIPYME

Número	Caso	Inicio el negocio (años)
1	3	4
2	15	10
3	19	1
4	29	11
5	45	1
6	50	15
7	51	3
8	56	2
9	70	3
10	71	2
11	75	8
12	79	2
13	90	8

*Nota: Elaboración propia.*

**Gráfico 22.** Registro de MIPYME

*Nota: Elaboración propia.*

Por tanto, el caso 3, 15, 19, 29, 45, 50, 51, 56, 70, 71, 75, 79, 90; indican que su MIPYME aún no están constituidas, no están inscrita en instituciones que regulen su actividad como DGI, Alcaldía, INSS, entre otros.

Se realizó el análisis de 2 variables el cual es la *pregunta 4 con la 11 y 11.1*, donde se consultó hace cuánto tiempo inicio el negocio, el cual se observa en la tabla 26 y gráfico 22, arriba detallada que hay 13 MIPYME que aún no están registradas y por tanto se consideran informal a pesar de tener entre 15, 8, 4, 3, 2, 1 año de haber sido creadas. El caso 51 indica que trabaja solo, sin financiamiento de nadie y que no es necesario que esté inscrito, pero lo puedo inscribir más luego.



***Ilustración 10. Consideraciones de Organización Informal***

*Nota: Elaboración Propia.*

Continuando con el análisis según la ilustración 10, el caso 4 menciona que todavía no es muy estable a pesar de tener 4 años en el negocio, el caso 14 expresa que no tienen un local ya que son empresa virtual. Dentro de este el caso 33,72, 84, 85, 87; indica que no posee organigrama como debería de ser y pasa por alto varias gestiones administrativas vitales para su funcionamiento, no comprenden elementos propios organizacionales por tanto no hay estructura definida, no se tienen manuales de procedimiento. el caso 34 opina que es la falta de organización en el taller, el caso 44 expresa que se considera informal porque es un negocio familiar.

De este modo el caso 59 y 60 coinciden que no tiene seguimientos contables, registro y controles, el caso 69 indica que es un negocio de venta en línea. El caso 81 menciona que se considera informal por el poco personal y que no es muy conocida la empresa, el caso 91 expresa que trabaja por cuenta propia, de igual manera el caso 92 menciona que se dedica solo en sus tiempos libres, el caso 97 expresó que no está establecida, es mas en línea y no

hay colaboradores más que los dueños que es su esposo y ella, por tanto, es familiar; el caso 108 expresó por el tipo de negocio, la forma de inicio y la forma que se va desarrollando ya que tiene 1 año de inicio ya que es un Auto Lavado.

Del mismo modo se realizó la *pregunta número 12*, del Anexo D donde se consulta a las MIPYME si tienen manuales que describan sus actividades que realizan dentro de la empresa presentando una escala de 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 27.** *Cuentan con Manuales*

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	42%
No	64	58%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 23.** *Cuentan con Manuales*



*Nota: Elaboración Propia.*

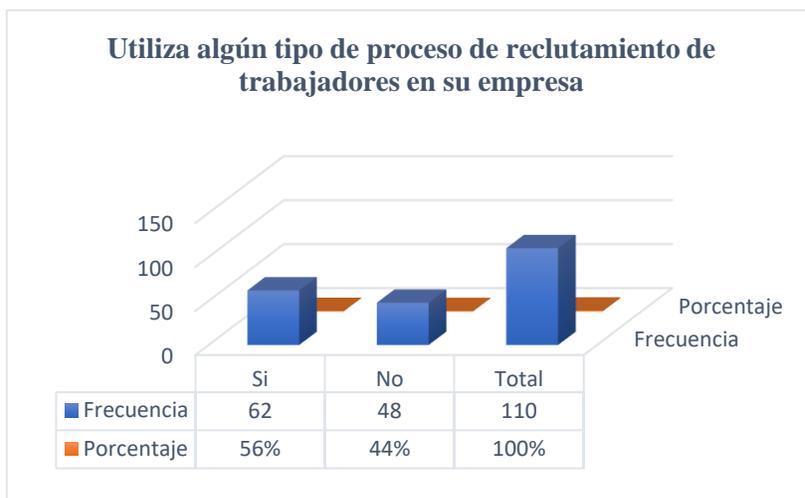
Así mismo para dar salida a la pregunta número 12 de acuerdo con la tabla 27 y gráfico 23, donde se consulta si las MIPYME tienen manuales que describan las actividades que éstas realizan dentro de la empresa por lo cual 46 MIPYME respondieron que sí cuentan con ellos y 64 MIPYME respondieron que no, equivalente a una primera parte al 42% y una segunda parte a un 58%, dando como resultado que la mayoría de estas empresas no cuentan con manuales que describan sus actividades.

En ese mismo sentido de lo que es la variable número 3 organización, se realiza la consulta de la *pregunta número 13*, del Anexo D, donde se consulta si estas utilizan algún tipo de proceso de reclutamiento de trabajadores dentro de su empresa por lo que se les brinda la siguiente escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 28.** *Proceso de reclutamiento*

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	56%
No	48	44%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 24. Proceso de reclutamiento**

*Nota: Elaboración Propia.*

Es así como en el análisis de la pregunta 13, de acuerdo con tabla 28 y gráfico 24, las MIPYME contestaron que sí utilizan algún tipo de proceso de reclutamiento para sus trabajadores dentro de su empresa con una frecuencia de 62 MIPYME y un porcentaje de 56%, por otro lado 48 empresas respondieron que no utilizan algún tipo de proceso de reclutamiento correspondiente a un 44%.

Por otro lado, se consultó según Anexo D, *pregunta número 14*, de la encuesta a las MIPYME cuáles son los pasos que aplican para seleccionar a un colaborador presentándole las siguientes escalas 1: (Entrevista), 2: (Solicitud, entrevista, prueba, y contrato), 3: (Entrevista y contrato), 4:(Otros).

**Tabla 29.** Estadístico Pasos para seleccionar a un colaborador

Media	2.22
Mediana	2.00
Moda	2.00
Mínimo	1.00
Máximo	4.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 25.** Estadístico Pasos para seleccionar a un colaborador

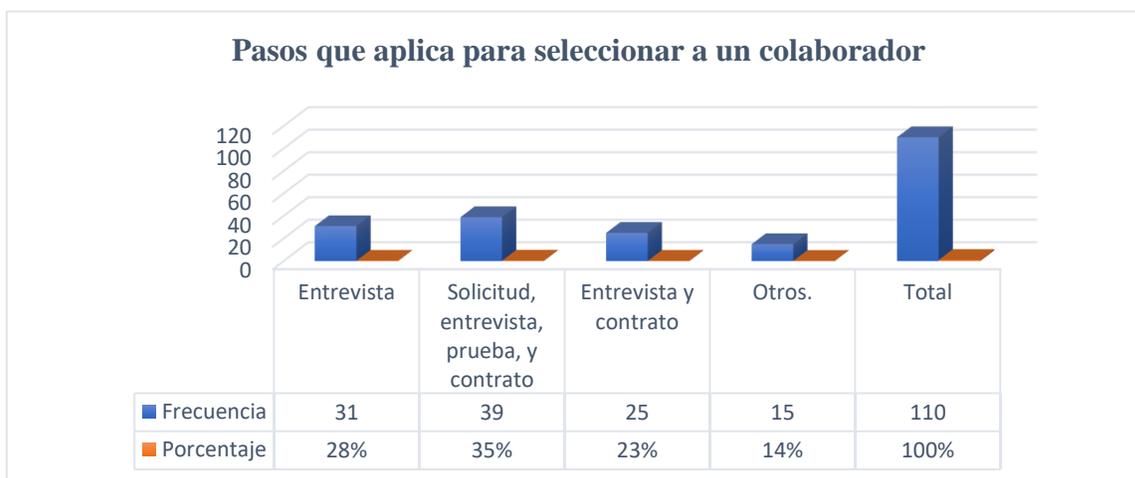
*Nota: Elaboración Propia.*

Por lo cual en la pregunta 14 de acuerdo con la tabla 29 y gráfico 25, se determinó lo que es el estadístico de los pasos que aplican las MIPYME para seleccionar a un colaborador obteniendo como media y moda la opción número 2 que es, solicitud entrevista prueba y contrato, con un mínimo de la opción 1 en este caso lo que es la entrevista.

**Tabla 30.** Frecuencia Pasos para seleccionar a un colaborador

	Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Entrevista	31	28%
	Solicitud, entrevista, prueba, y contrato	39	35%
	Entrevista y contrato	25	23%
	Otros	15	14%
	Total	110	100%

Nota: Elaboración Propia.

**Gráfico 26.** Frecuencia Pasos para seleccionar a un colaborador

Nota: Elaboración Propia.

Dentro de la misma pregunta 14 se analizó cuál fue la frecuencia de los pasos para seleccionar a un colaborador obteniendo como resultado de acuerdo a la tabla 30 y gráfico 26, 31 respuestas equivalentes a un 28% seleccionaron lo que es entrevista, asimismo 39 MIPYME correspondiente al 35% respondieron que utilizan lo que es el paso de solicitud,

entrevista prueba y contrato, en ese mismo sentido 25 empresas seleccionaron lo que es entrevista y contrato equivalente a un 23%, cabe destacar del mismo modo que 15 MIPYME equivalente a un 14% respondieron qué utilizan otros tipos de pasos para seleccionar a un colaborador.

Continuando con el análisis de la pregunta 14, según Anexo D, el cual se consultó cuáles son los pasos que aplica para seleccionar a un colaborador, donde se les dio la escala:1: (Entrevista), 2: (Solicitud, entrevista, prueba, y contrato), 3: (Entrevista y contrato), 4:(Otros), por lo que esta pregunta se relaciona, *con la pregunta 14.1*, que si es la opción Otros debían de especificar. Donde se muestra el siguiente resultado de las 15 MIPYME que respondieron otro tipo de pasos.



***Ilustración 11. Otro tipo de opción para seleccionar al personal***

*Nota: Elaboración Propia.*

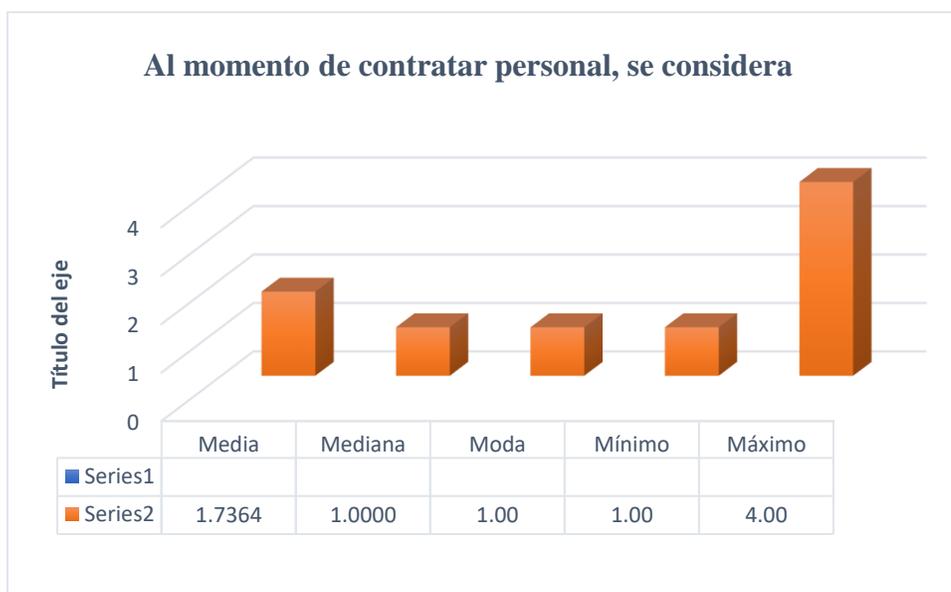
De acuerdo con la ilustración 11, donde se observa que hubo casos que seleccionaron la opción 4 (otros), por lo tanto, especificaron que: El caso 2 y 59 menciona que dentro de los pasos para seleccionar a un colaborador actualmente no tienen ya que es entre familia, el caso 3 menciona solo pruebas.

En opinión al caso 4, 87 y 92 lo realiza entre amigos, el caso 16 no aplica ningún proceso de contratación, el caso 19 selecciona a discreción de las necesidades, el caso 30 y 97 indica que ninguno ya que hay solo una sola persona que es el dueño, el caso 61 expresa que depende

del puesto a aplicar, si son administrativa solo entrevista y contrato, si son para venta se capacita y luego se contrata.

Continuando con lo que es la organización de las MIPYME se consultó de acuerdo con el Anexo D, *pregunta número 15*, a las MIPYME que si al momento de contratar el personal cuál de los siguientes aspectos estos consideran donde se les presentó la siguiente escala 1: (Contrato por escrito), 2 (Contrato verbal), 3 (Acuerdo entre empleador y trabajador), 4: (Ninguno).

**Gráfico 27.** Estadísticos Aspectos para seleccionar al personal



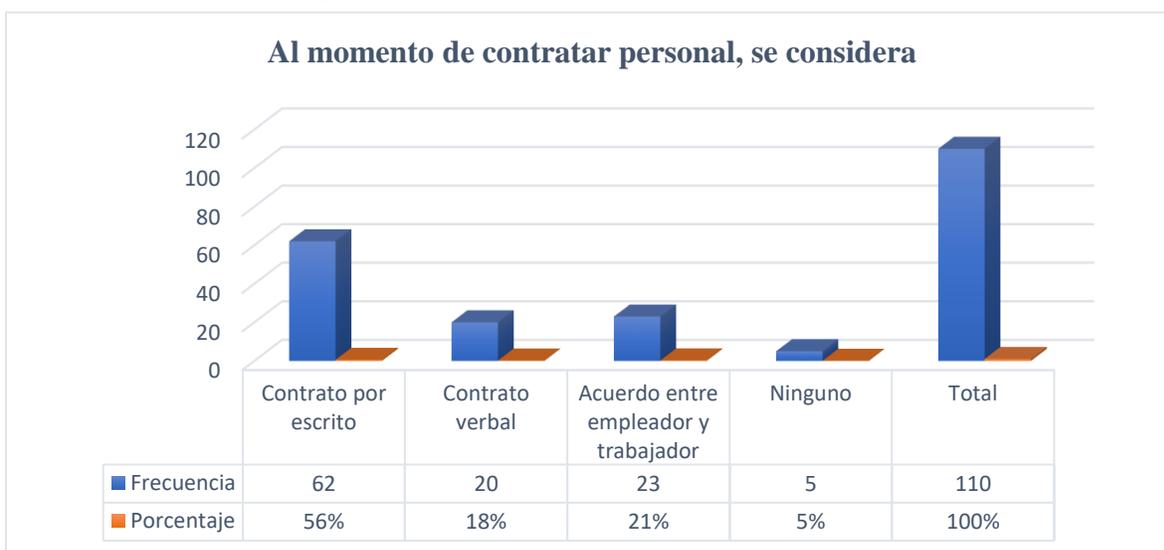
*Nota: Elaboración Propia.*

En el resultado de la pregunta 15 las MIPYME respondieron y coincidieron en estas con la media, mediana, moda y mínimo con la opción número uno el cual es el contrato por escrito.

**Tabla 31.** Frecuencia para contratar el personal

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Contrato por escrito	62	56%
Contrato verbal	20	18%
Acuerdo entre empleador y trabajador	23	21%
Ninguno	5	5%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 28.** Frecuencia para contratar el personal

*Nota: Elaboración Propia.*

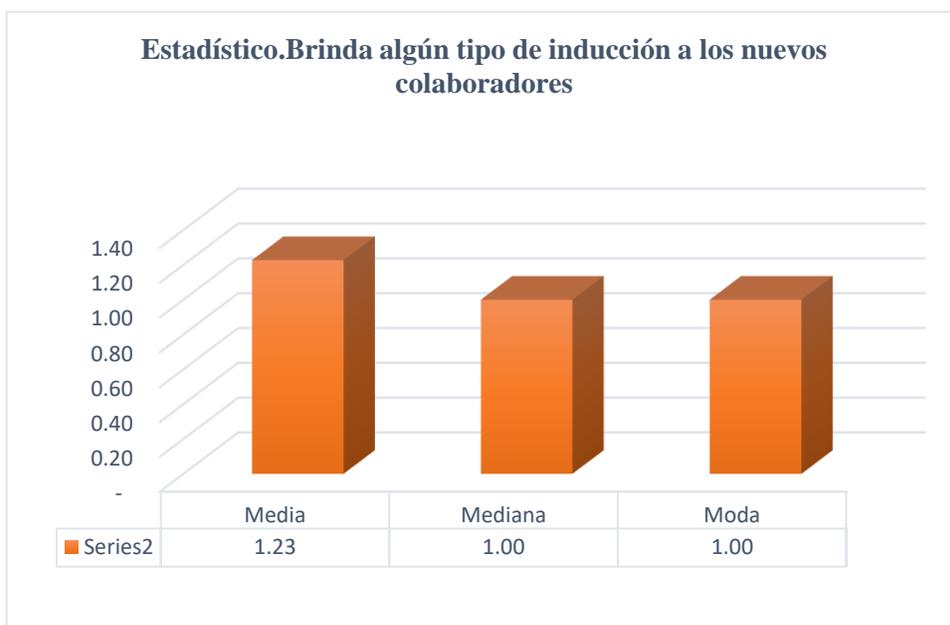
En ese sentido se determinó de acuerdo a la tabla 31 y gráfico 28, la frecuencia de los aspectos a considerar al momento de contratar al personal el cual 62 empresas respondieron que utilizan el contrato por escrito equivalente a un 56%, del mismo modo 20 empresas respondieron que utilizan contratos verbal equivalente a un 18%, continuando 23 empresas seleccionaron acuerdo entre empleador y trabajador equivalente al 21%, dentro del mismo análisis 5 empresas respondieron que no utilizan ningún aspecto al momento de contratar el personal esto equivale a un 5% de las MIPYME en estudio.

Así mismo se realizó *la pregunta 16*, del anexo número 4, encuesta realizada a las MIPYME donde se les consultó si estos brindan algún tipo de inducción a sus nuevos colaboradores dando las siguientes escalas, 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 32.** Estadístico Brindan inducción a los colaboradores

Media	1.23
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia*

**Gráfico 29.** Estadístico Brindan inducción a los colaboradores

*Nota: Elaboración Propia.*

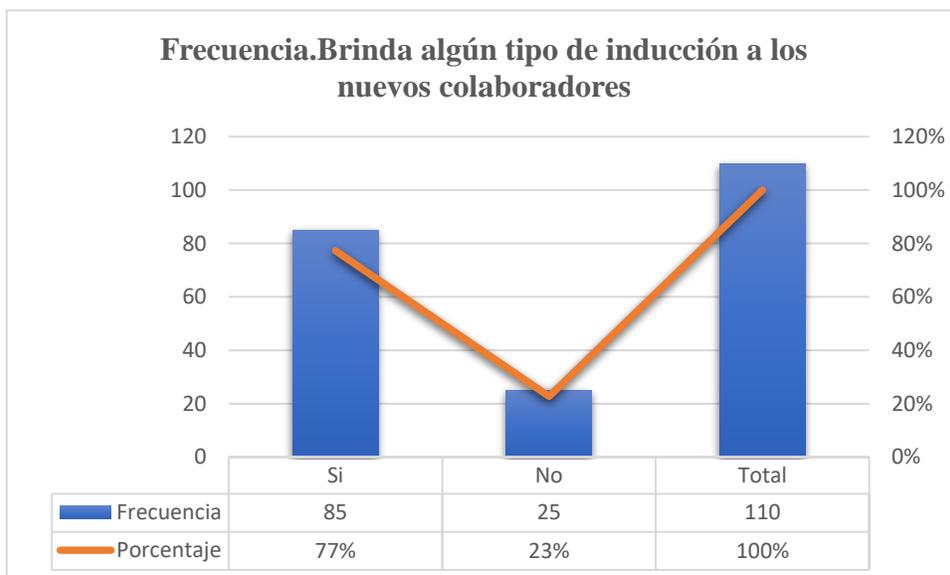
De acuerdo con la tabla 32y gráfico 29, se determinó el estadístico de la media mediana y moda dando como resultado la coincidencia de los tres indicadores con la opción número uno que en este caso es que sí brindan inducción a sus nuevos colaboradores.

**Tabla 33.** Frecuencia Brindan inducción a los colaboradores

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	77%
No	25	23%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 30.** Frecuencia Brindan inducción a los colaboradores



*Nota: Elaboración Propia.*

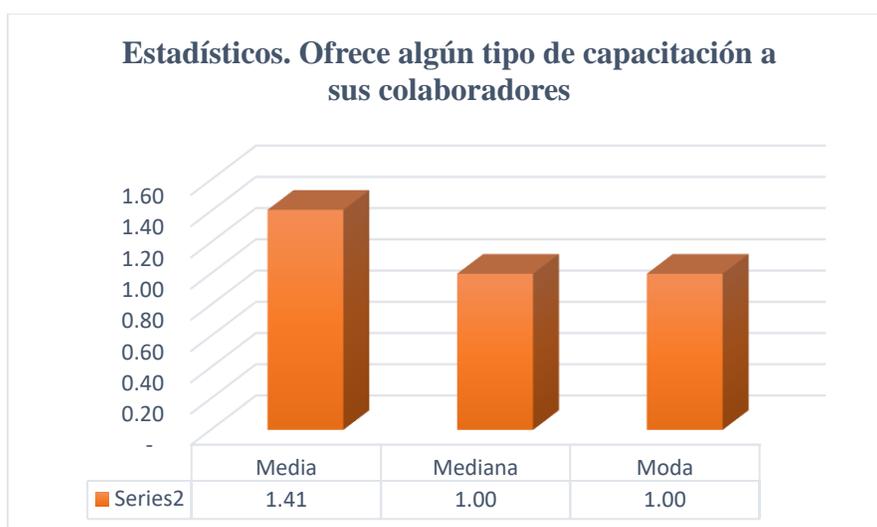
De acuerdo con el análisis de la pregunta 16 según tabla 33 y gráfico 30, la frecuencia de las MIPYME indica que 85 sí brindan algún tipo de inducción a los nuevos colaboradores correspondiente al 77% lo contrario 25 MIPYME no brindan inducción a sus nuevos colaboradores esto equivale al 23% del 100%.

Continuando con el anexo número 4, *pregunta 17*, dónde se le consulta a las MIPYME si estos ofrecen algún tipo de capacitación a sus colaboradores por medio de la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 34.** Estadísticos. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores

Media	1.41
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 31.** Estadísticos. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores

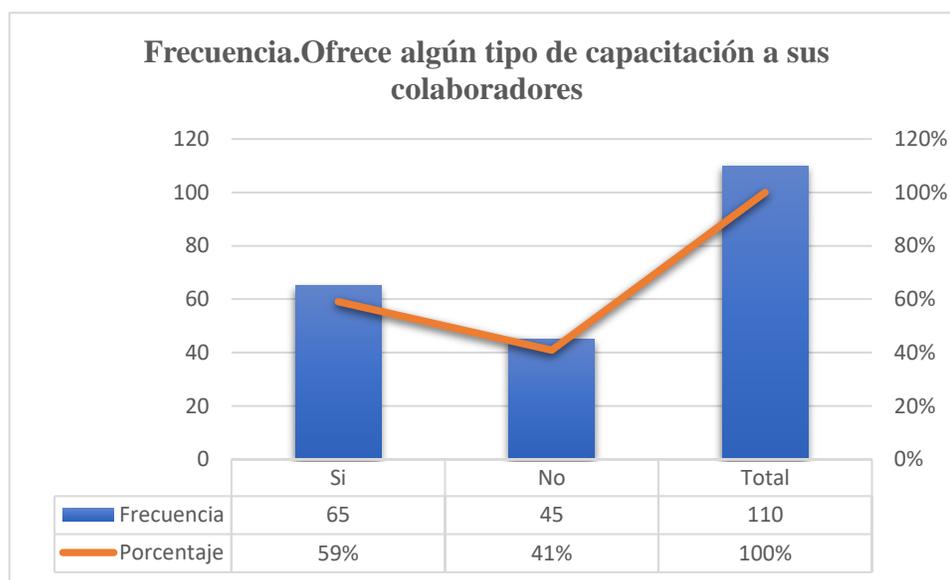
*Nota: Elaboración Propia.*

Continuando con el análisis de la pregunta 17 de acuerdo con la tabla 34 y gráfico 31, se determinó el estadístico de que si las MIPYME ofrecen algún tipo de capacitación a sus colaboradores donde la mediana y moda coinciden con la escala número uno el cual indica que sí ofrecen capacitación a sus colaboradores.

**Tabla 35.** Frecuencia. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	59%
No	45	41%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 32.** Frecuencia. Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores

*Nota: Elaboración Propia.*

En correspondencia al análisis de acuerdo con la tabla 35 y gráfico 32, la frecuencia de que las MIPYME ofrecen algún tipo de capacitación a los colaboradores 65 de estas indican

que sí ofrecen capacitación correspondiente al 59% y 45 indican que no brindan ningún tipo de capacitación a sus colaboradores esto equivale al 41%.

Así mismo se realizó la *pregunta 18* según Anexo D encuesta realizada a las MIPYME donde se les consultó qué tipo de prestaciones proporcionan a sus colaboradores el cual esta pregunta tiene *opciones múltiples* donde éstas podían marcar desde la opción 1 hasta las 5 de acuerdo con la siguiente escala 1:(Bonificación incentivos), 2: (Aguinaldo), 3: (Vacaciones), 4:(Seguro social), 5: (Ninguno).

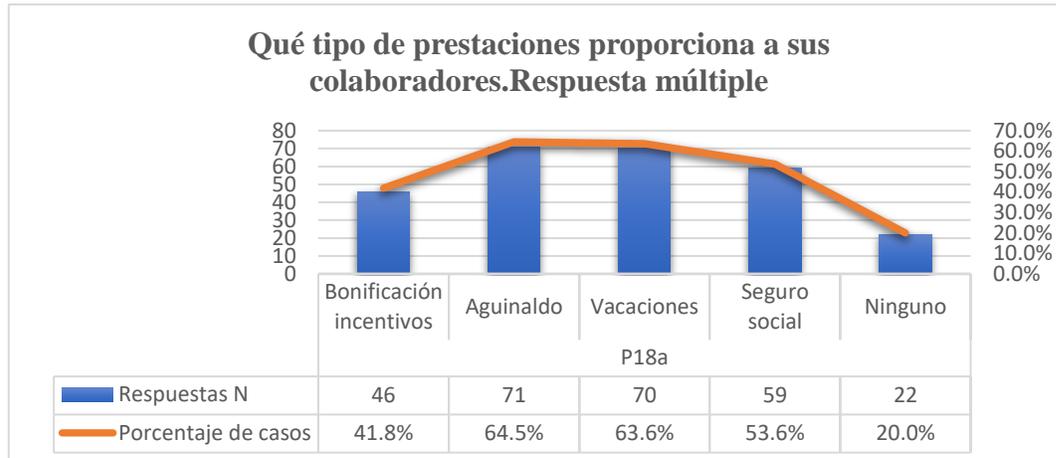
**Tabla 36.** *Tipo de prestaciones proporciona a sus colaboradores. Respuesta múltiple*

**\$P18 frecuencias**

Escalas		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P18 <sup>a</sup>	Bonificación incentivos	46	41.8%
	Aguinaldo	71	64.5%
	Vacaciones	70	63.6%
	Seguro social	59	53.6%
	Ninguno	22	20.0%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 33.** Tipo de prestaciones proporciona a sus colaboradores. Respuesta múltiple



*Nota: Elaboración Propia.*

Tal como se observa en la tabla 36 y gráfico 33, de acuerdo a la pregunta 18 los tipos de prestaciones que proporcionan a los colaboradores según *respuestas múltiples* 46 MIPYME seleccionaron bonificación e incentivos correspondiente al 42%, asimismo 71 empresas seleccionaron que proporcionan aguinaldo a sus colaboradores equivalente a un 65% del mismo modo 70 MIPYME seleccionaron que brindan vacaciones a sus colaboradores el cual corresponde al 64%, 59 de ellas equivalente al 54% brindan lo que es el seguro social. Caso contrario 22 MIPYME seleccionaron que no brindan ningún tipo de prestaciones a sus colaboradores esto equivale al 20%.

Por tal motivo se realizó la *pregunta 19*, según Anexo D dónde se le consulta si estos realizan una evaluación de desempeño hacia sus colaboradores brindándoles la siguiente escala: 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 37.** Estadísticos. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores

Media	1.45
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 34.** Estadísticos. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores

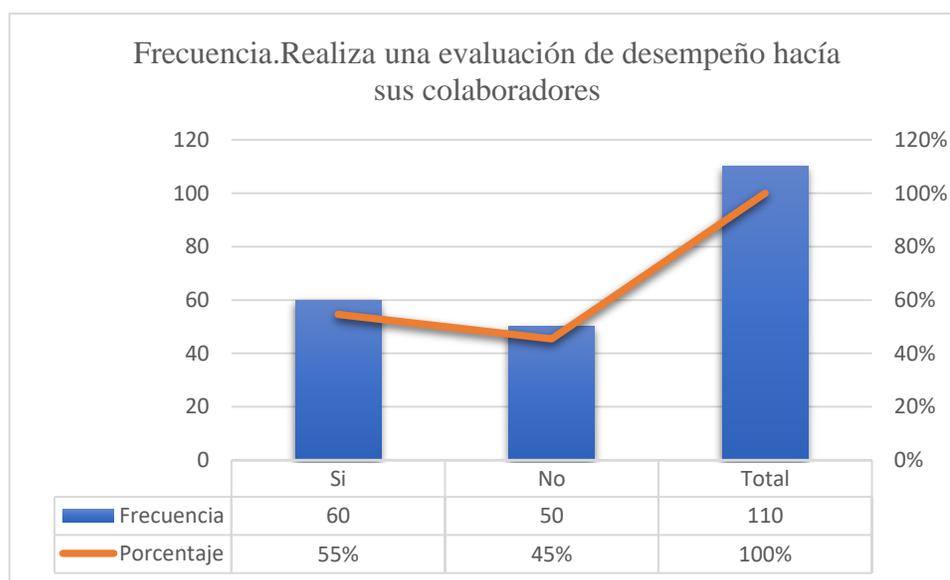
*Nota: Elaboración Propia.*

Dónde la tabla 37 y gráfico 34, se realizó el estadístico de la evaluación del desempeño a los colaboradores coincidiendo lo que es la media la mediana y la moda de la escala número uno que corresponde a que sí realizan evaluación de desempeño.

**Tabla 38.** Frecuencia. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	55%
No	50	45%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 35.** Frecuencia. Realiza evaluación de desempeño hacia sus colaboradores

*Nota: Elaboración Propia.*

Por ello se sacó la frecuencia de 60 MIPYME indican que sí realizan una evaluación de desempeño hacia los colaboradores según tabla 38 y gráfico 35, así mismo 50 MIPYME respondieron que no realizan evaluación de desempeño hacia los colaboradores correspondiente al 45% de la población.

Por consiguiente, se realizó la *pregunta 20*, del Anexo D, dónde se le consultó a este si pudieran valorar la fase en que se encuentran sus empresas cuál sería; brindándole las siguientes escalas 1: (En expansión), 2: (Ya alcanzo el nivel óptimo), 3: (En crecimiento rápido), 4: (En crecimiento lento), 5: (Estancado), 6: (Va a la quiebra).

**Tabla 39.** Estadísticos. Fase en que se encuentra su empresa

Media	2.78
Mediana	3.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 36.** Estadísticos. Fase en que se encuentra su empresa



*Nota: Elaboración Propia.*

El análisis de esta pregunta de acuerdo con la tabla 39 y gráfico 36, al estadístico en la fase que se encuentran las empresas corresponde a una media de 2.78 el cual es que está

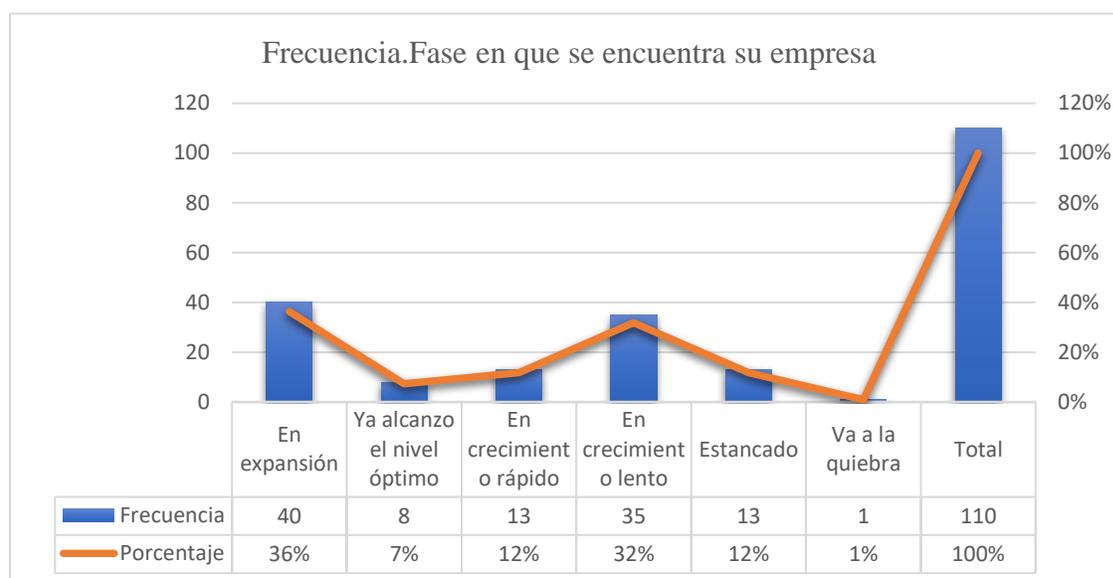
dentro del nivel óptimo y en crecimiento rápido, con una mediana de 3 que corresponde a crecimiento rápido y una moda de la escala número 1 indica que se encuentran en expansión.

**Tabla 40.** Frecuencia. Fase en que se encuentra su empresa

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
En expansión	40	36%
Ya alcanzo el nivel óptimo	8	7%
En crecimiento rápido	13	12%
En crecimiento lento	35	32%
Estancado	13	12%
Va a la quiebra	1	1%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 37.** Frecuencia. Fase en que se encuentra su empresa



*Nota: Elaboración Propia.*

Es así de acuerdo a la tabla 40 y gráfico 37, se determinó la frecuencia de la *pregunta 20*, el cual se consulta las fases en que se encuentran la empresa donde 40 de las MIPYME indican que se encuentran en expansión correspondiente al 36%, 8 de estas equivalente a un 7% mencionan que ya alcanzaron el nivel óptimo, es así que 13 MIPYME equivalente al 12% mencionaron que están en crecimiento rápido, del mismo modo 35 de ellas correspondiente al 32% respondieron que están en crecimiento lento, es así que 13 MIPYME mencionan que están estancadas equivalente a un 12% y 1 MIPYME indicó que va a la quiebra equivalente al 1% del 100%. Prevalciendo en este caso 40 de ellas que están en expansión y 35 MIPYME en crecimiento lento.

A fin de conocer cuáles consideran que han sido los factores que le han permitido llegar hasta estas fases de su empresa; relacionada con la pregunta número 20 por lo que se le dio salida a la *pregunta 21*, según Anexo D, dónde corresponde a *opciones múltiples*,

brindándoles las siguientes escalas 1: (Capacidad del personal),2:(Oportunidad del mercado),3: (Financiamientos), 4: (Inversiones), 5: (Control contable y financiero).

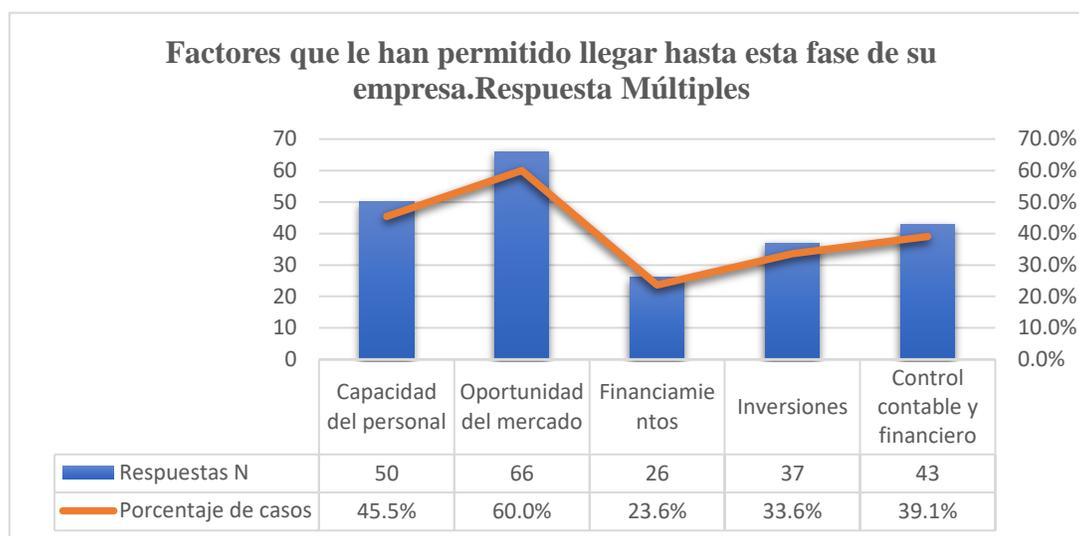
**Tabla 41.** Factores que le han permitido llegar hasta estas fases de su empresa.

**\$P21 frecuencias**

Escalas		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P21 <sup>a</sup>	Capacidad del personal	50	45.5%
	Oportunidad del mercado	66	60.0%
	Financiamientos	26	23.6%
	Inversiones	37	33.6%
	Control contable y financiero	43	39.1%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 38.** Factores que le han permitido llegar hasta estas fases de su empresa



*Nota: Elaboración Propia.*

Como resultado de la tabla 41 y gráfico 38, en relación a la pregunta 21 vinculada de la misma forma con la número 20 los factores que más prevalecieron según la pregunta número 20 fueron que las empresas se encuentran en expansión y en crecimiento lento; por lo que se le consultó cuáles habían sido los factores que le han permitido llegar hasta esas fases el cual podían seleccionar *respuestas múltiples* en el resultado; 50 MIPYME respondieron que los factores han sido la capacidad del personal correspondiente al 46%, es así que mencionan que la oportunidad del mercado ha sido uno de esos factores con 66 respuestas equivalente al 60% dónde este es el factor que más sobresale en las respuestas.

Seguidamente del factor de financiamiento con 26 respuestas equivalente al 24%, del mismo modo indican que las inversiones ha sido uno de los factores con 37 respuestas equivalente al 34%, así mismo el control contable y financiero han sido los factores equivalentes a 43 respuestas correspondiente al 39%.

De acuerdo con la *pregunta número 22*, del Anexo D, ilustración 12, donde resume los principales productos y servicios según encuesta realizada a MIPYME en estudio, el cual se le consultó los productos/servicio, con que cuenta su empresa; entre ellas se mencionan los productos o servicios, clasificándolas en cada sector económico en estudio:



*Ilustración 12. Productos o servicios de las MIPYME*

*Nota: Elaboración Propia.*

- **Agropecuarias**

Cerdo en pie y carne, reproductores, equipos para cada etapa de los cerdos e instalaciones. Servicio de mantenimiento de pozos de agua potable y conexos, perforación, maquinaria pesada de perforación.

- **Financieras**

Cuentas de ahorro, préstamos, créditos, servicios bancarios y créditos, control de cuentas y préstamos a naturales y jurídicos, asesoramiento financiero microcrédito, atención a protagonista, control a microfinancieras.

- **Industrial**

Línea de yogurt, textiles y utensilios para confeccionar, telas y accesorios para la fabricación de productos textiles, elaboración de chocolate y caramelo líquidos, leche condensada, mermeladas orgánicas con sabores variadas.

- **Comerciales**

Venta de ropa usada, variedades, café grano y molido, venta de repuestos usados: Motores, ejes, camiones, entre otros. Perfumes, cosmético, venta de productos de primera necesidad, venta de sandalias, venta de productos varios como ropa, calzado carteras, billeteras, entre otros. Servicio de librería, camisas, mangas, repuestos de automóvil, ropa para dama, ropa de caballero, ropa niños, ropa y calzado, bodis, perfumes, ropa, productos ferreteros, línea blanca y equipos de sonido. Todos los productos para elaboración de uñas. venta productos ferreteros, cerámica, material de construcción, iluminación, productos para animales doméstico.

Productos para el hogar, ferreteros, batidos naturales, productos varios de belleza, venta de techos, tubos, perlines, cajas entre otros. reparación, mantenimiento y venta de refrigeradoras usadas, medicamentos, venta de vehículos, comida buffet, venta de conos, balones, comercialización de telas y accesorios, venta de ropa en general, productos

farmacéuticos, comercialización de dulces, venta de productos de alimentación, alimentos y bolsas plásticas, productos para el cuidado de cabello, venta de recargas electrónicas, venta de simcard y equipos. productos ferreteros. distribución de materia prima, cadenas, aretes, pulseras, venta de artículos de videojuegos y reparaciones, accesorios de madera: como repisas, tablas para picar, porta vasos, porta llaves, banquitos.

De igual manera está la venta de fritanga, venta de ropa y artículos varios, batidos naturales, pastelería, venta de productos sport, venta de accesorios e instrumentos de cuerda frotada, productos de belleza como: delineadores, sombras, bases, correctores, rubor, uñas, entre otros. comercialización de jabones, empaques plásticos de diferentes tamaños y marcas, cámaras de seguridad, máquinas tragamonedas, aros de todas la marcas y lentes monofocales, progresivo.

- **De servicios**

Asesoría legal y clase de inglés en línea, servicios contables y legales, auditoría, servicios de piscina, restaurante y alojamiento. servicio de trámites de títulos y permisos, marketing, servicios de arquitectura, servicio: atención al cliente, staffing, servicios administrativos financieros, educación de grado y cursos. servicios educativos a niños. headhunting, staff augmentation, producción de assets digitales y administración de marca. servicio de transporte, transporte internacional. servicio de corte, barba o cejas, recursos tecnológicos, material fungible. talleres y acompañamiento pedagógicos, atención médica, asesoría fiscal, auditoría interna y tributaria.

Construcción y traslados de materiales de construcción. servicio de construcción condominios propios, servicios profesionales en normativas y regulaciones en materia ala,

servicios de visas, boletos aéreos y terrestre, paquetes turísticos nacionales e internacionales, cruceros, entre otros. servicio de recaudación, servicio de cafetería, hospedaje, proyectos sociales, guía turística y hospedaje, servicios profesionales, servicios de auditoría y legal, instalaciones de internet DTH, HFC, servicio de recorridos. agencia aduanera, transporte y almacenamiento fiscal. limpieza y sanitización, servicios de salud, suministro para publicidad, mantenimiento de áreas verdes y mantenimiento de edificios.

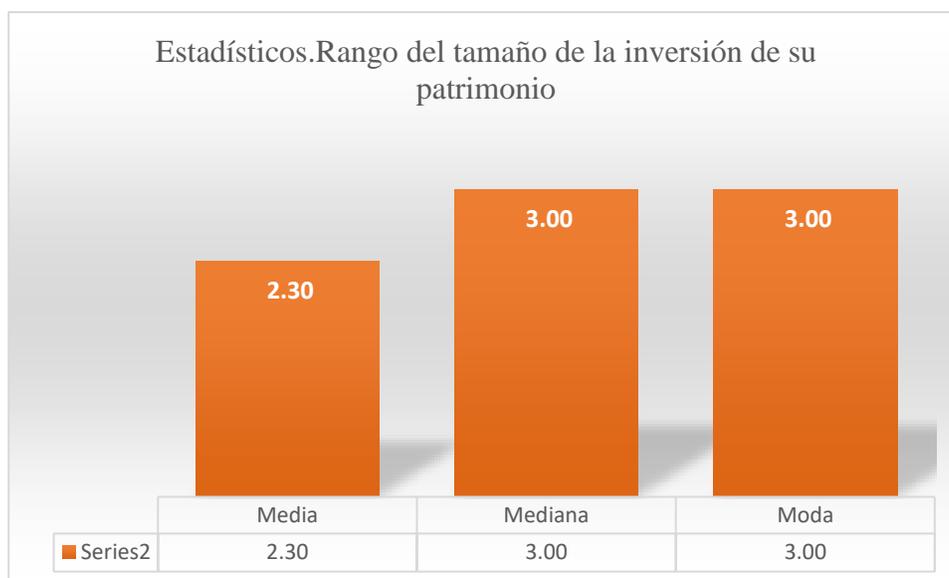
Servicios de auditoría financiera, presupuestaria, cumplimiento y outsourcing, servicios de reparación y mantenimiento de los instrumentos de cuerda frotada, actualización contable, servicio de transporte, servicio de lavado básico, y combos de lavado de vehículos.

Por lo cual se realizó la *pregunta 23*, dónde se les consulta cuánto es el rango del tamaño de la inversión de sus patrimonios brindándoles la siguiente escala 1: (C\$ 0-10,000.00), 2: (C\$ 10,000.00-50,000.00), 3: (C\$ 50,000.00-más).

**Tabla 42.** Estadísticos. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio

Media	2.30
Mediana	3.00
Moda	3.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 39.** Estadísticos. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio

*Nota: Elaboración Propia.*

En relación con esta pregunta de acuerdo con la tabla 42 y gráfico 39, coinciden lo que es la media mediana y moda con la escala número 3 el cual corresponde a patrimonios de C\$ 50,000 córdobas a más.

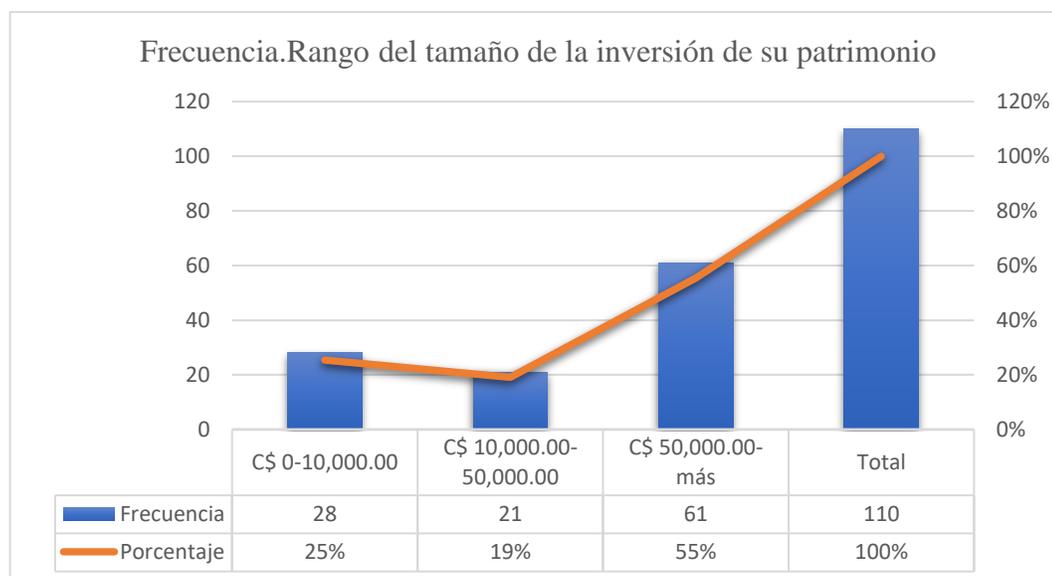
**Tabla 43.** Frecuencia. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
C\$ 0-10,000.00	28	25%
C\$ 10,000.00-50,000.00	21	19%
C\$ 50,000.00-más	61	55%

Total	110	100%
-------	-----	------

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 40.** Frecuencia. Rango del tamaño de la inversión de su patrimonio



*Nota: Elaboración Propia.*

Según tabla 43 y gráfico 40, dónde se consulta el rango del tamaño de la inversión del patrimonio teniendo una frecuencia de 28 MIPYME que están dentro de C\$ 0 a 10,000 córdobas equivalente al 25%, seguido 21 empresas que respondieron que están dentro del Rango de C\$ 10,000 a 50,000 córdobas correspondiente al 19%, seguidamente 61 empresas equivalente al 55% el cual es el porcentaje que más prevalece en el tamaño de la inversión del patrimonio que es de C\$ 50,000 córdobas a más.

### 5.1.4 Control

Para dar salida a la variable número 4 que es control se realizó la *pregunta número 24*, según Anexo D donde se consulta si aplican algún tipo de control en su organización brindándoles las escalas 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 44.** Estadísticos. Aplica algún tipo de control en su organización

Media	1.15
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 41.** Estadísticos. Aplica algún tipo de control en su organización



*Nota: Elaboración Propia.*

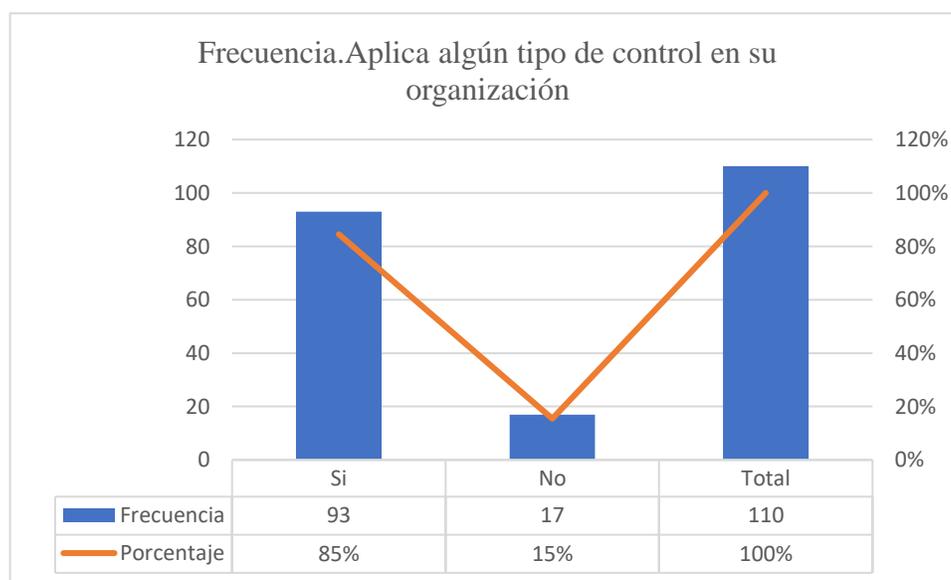
En relación con estos según tabla 44 y gráfica 41, se determinó el estadístico de la aplicación del control en la organización teniendo como media mediana y moda la escala 1 que corresponde a que sí aplican algún tipo de control.

**Tabla 45.** Frecuencia. Aplica algún tipo de control en su organización

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	85%
No	17	15%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 42.** Frecuencia. Aplica algún tipo de control en su organización



*Nota: Elaboración Propia.*

En tal sentido de acuerdo con la tabla 45 y gráfico 42, la frecuencia de las respuestas que brindaron las MIPYME es que 93 de ellas correspondiente al 85% si aplican algún tipo de control en su organización y 17 equivalentes al 15% respondieron que no aplican ningún tipo de control en su organización.

Seguidamente se realizó la *pregunta 25*, dónde se consulta si llevan a cabo el proceso del control con la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 46.** Estadísticos. Lleva a cabo el proceso del control

Media	1.19
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 43.** Estadísticos. Lleva a cabo el proceso del control



*Nota: Elaboración Propia.*

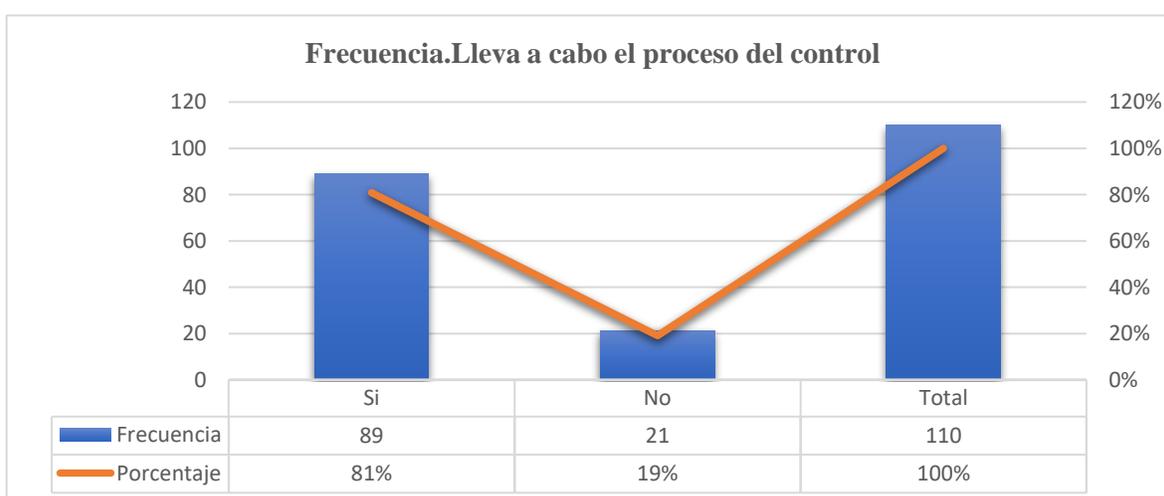
Según tabla 46 y gráfico 43, del estadístico de que si llevan a cabo el proceso de control lo que es la media mediana y moda corresponden a las a la escala 1 que indica que sí llevan a cabo el proceso.

**Tabla 47.** Frecuencia. Lleva a cabo el proceso del control

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	81%
No	21	19%
Total	110	100%

Nota: *Elaboración Propia.*

**Gráfico 44.** Frecuencia. Lleva a cabo el proceso del control



Nota: *Elaboración Propia.*

Es por ello por lo que la frecuencia de la pregunta 25, de acuerdo con tabla 47 y gráfico 44, corresponde a 89 MIPYME equivalentes al 81% que indican que llevan a cabo el

proceso del control caso contrario 21 de ellas equivalente al 19% mencionaron que no llevan a cabo el proceso de control.

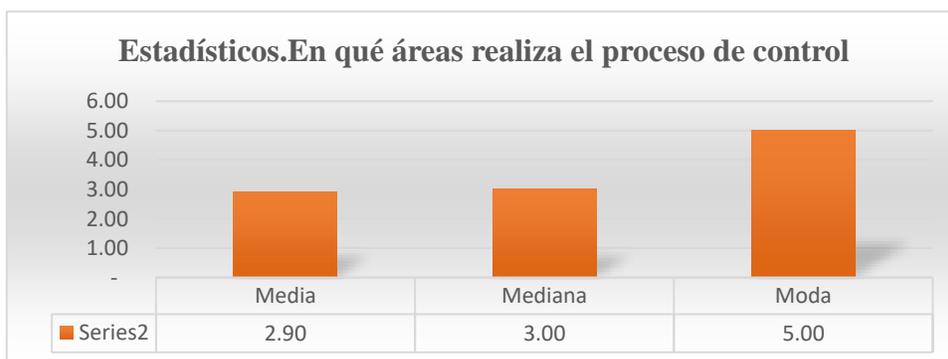
En relación con la pregunta 24 y 25 se consulta la *pregunta número 26*, donde se indica que si la respuesta era positiva en los procesos de control mencionaran en qué áreas realizan este proceso de control brindándoles las escalas 1: (Administración), 2 (Personal), 3 (Finanzas), 4 (Servicios),5 (Contable),6 (Otros).

**Tabla 48.** Estadísticos. En qué áreas realiza el proceso de control

Media	2.90
Mediana	3.00
Moda	5.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 45.** Estadísticos. En qué áreas realiza el proceso de control



*Nota: Elaboración Propia.*

Por lo cual la tabla 48 y gráfico 45, del estadístico en qué área realizan las MIPYME el proceso de control teniendo una media de 2.9 el cual corresponde a la escala de personal y

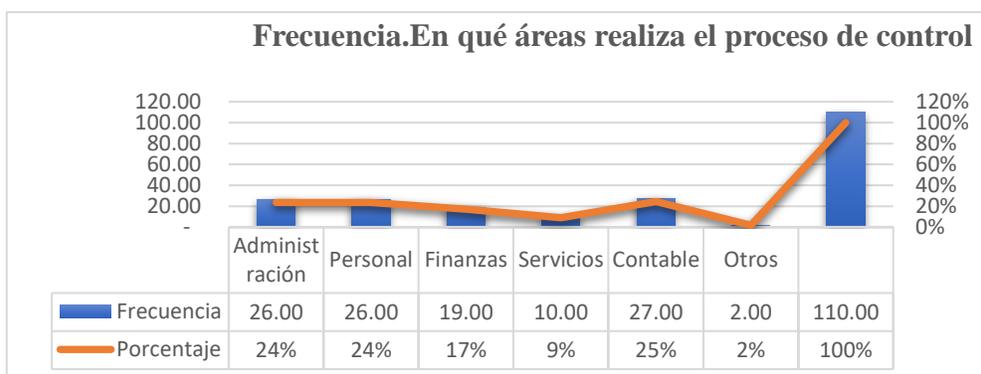
finanzas con una mediana de tres el cual equivale a las finanzas y una moda que corresponde a la escala contable.

**Tabla 49.** Frecuencia. En qué áreas realiza el proceso de control

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Administración	26.00	24%
Personal	26.00	24%
Finanzas	19.00	17%
Servicios	10.00	9%
Contable	27.00	25%
Otros	2.00	2%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 46.** Frecuencia. En qué áreas realiza el proceso de control



*Nota: Elaboración Propia.*

En tal sentido la tabla 49 y gráfico 46, muestra la frecuencia en qué áreas realizan el proceso de control teniendo como resultado una coincidencia de 26 MIPYME equivalente al 24% que indican que realizan control en el área tanto administrativa como el personal seguido de ello 27 de estas equivalente al 25% mencionan que realizan procesos de control en el área contable luego 19 mencionaron que realizan controles en el área financiera equivalente al 17% seguido al servicio brindado por la empresa con 10 MIPYME equivalente al 9% y por último 2 de ellas equivalente al 2% indicaron que realizan procesos de control en otras áreas.

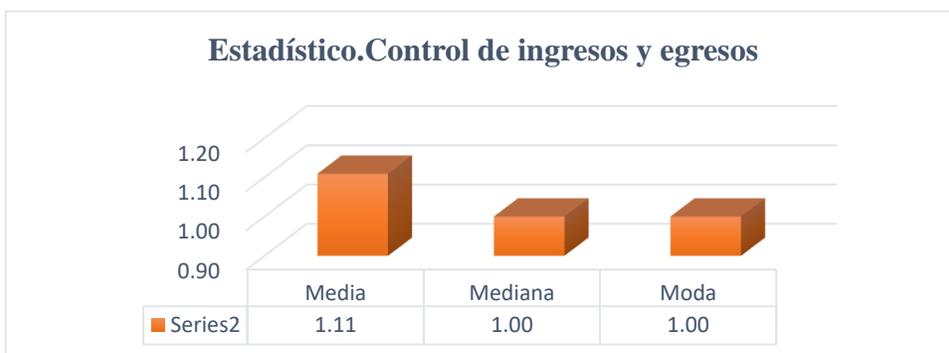
Es por esto por lo que la pregunta 26 se complementa con la *pregunta 26.1*, donde se les preguntó si seleccionaban otras áreas mencionaran cuáles; se tuvo de ello dos respuestas equivalentes al 2% que indicaron que su proceso de control es en todas las mencionadas anteriormente.

Continuando con las mismas preguntas se realizó la *pregunta 27*, del Anexo D, el cual se les consulta si realizan control de tipo financiero relacionado con el manejo de ingresos y egresos brindándoles la siguiente escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 50.** Estadísticos. Control de ingresos y egresos

Media	1.11
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 47.** Gráfica. Estadísticos. Control de ingresos y egresos

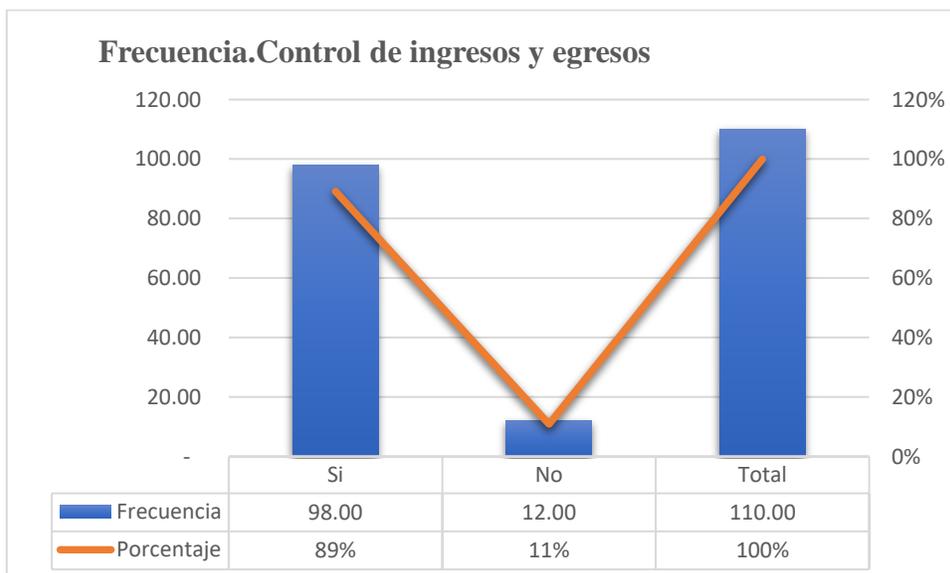
*Nota: Elaboración Propia.*

Es por ello por lo que se determinó el estadístico de acuerdo con la tabla y gráfica coincidiendo lo que es la media la mediana y moda con la escala número 1 el cual es que sí realizan control de manejo de ingresos y egresos.

**Tabla 51.** Frecuencia. Control de ingresos y egresos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	98.00	89%
No	12.00	11%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 48.** Frecuencia. Control de ingresos y egresos

*Nota: Elaboración Propia.*

Continuando con el análisis del control de los ingresos y egresos de acuerdo con la tabla 51 y gráfico 48, se determina lo que es la frecuencia de acuerdo con las respuestas brindadas por las MIPYME donde 98 de ellas correspondiente al 89% indicaron que sí llevan

control de ingresos y egresos con respecto a 12 MIPYME equivalente a un 11% mencionaron que no llevan ningún tipo de control de sus ingresos y egresos.

## **5.2 Sistematización de prácticas y procesos contables aplicados en las Micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras**

### **5.2.1. Procesos contables**

Para alcanzar este objetivo de investigación se aplicó grupo focal de acuerdo con el anexo F, pregunta 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10, el contenido del grupo focal tiene como objetivo. Conocer el dominio que poseen las MIPYME sobre el estudio “Acompañamiento contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros y pequeños empresarios”.



***Ilustración 13. Grupo focal.***

*Nota: Elaboración Propia*

Se empleó el proceso de triangulación, donde se contrastaron las técnicas cualitativas y cuantitativas por medio de los instrumentos de observación, grupo focal y de fuentes de información, donde las técnicas aportaron datos provenientes en las MIPYME. Planteando las siguientes preguntas guías: en donde se conoce si el emprendimiento sabe sobre contabilidad, costos, auditoria, si estos elaboran estados financieros, análisis financieros, si los dueños o socios se reúnen para toma de decisiones, y si después de explicarles sobre los temas en cuestión, consideran el tema de utilidad para su empresa y si les gustaría conocer más sobre los temas por ende si estos estarían dispuesto a recibir acompañamiento en el área

contable, administrativa y económica para una mejora en la MIPYME. Por lo que se presentan los resultados obtenidos en el grupo focal.

Se realizó el grupo focal de acuerdo con el anexo F, donde el criterio para la selección fue de manera intencional o por conveniencia, el cual los emprendimientos tuvieron la voluntad de participar, donde el Centro de Innovación autorizó su aplicación y los emprendimientos autorizaron su participación y uso de la información, se pudo aplicar el grupo focal a 10 emprendimientos que estaban en cierre del programa de Incubación de negocios dirigido a emprendedores que impartió el Centro de Innovación; con negocios de alto impacto por la UNAN Managua, en coordinación con el programa competencias para ganar auspiciado por la cooperación Suiza en América Central y facilitado por Swisscontact, por medio de la Dirección de Innovación del Vicerrectorado de Gestión del Conocimiento y Vinculación Social.

El cual se pudo aplicar el grupo focal a 10 emprendimientos. La primera pregunta orientadora correspondía en saber si ellos conocen de contabilidad y como lo están aplicando desde la experiencia del emprendimiento que ellos tienen. Por lo que los resultados se enumeraron en casos de 1 al 6, dado que el emprendimiento Caso 5 tiene 4 emprendimientos y el caso 6 tiene dos emprendimientos que fueron los emprendimientos que se aplicó al grupo focal.

- **Donde el emprendimiento, Caso 1 expresó:**

Lo que ha iniciado este emprendimiento fue una propuesta que en la reserva tenemos mucho espacio, queremos diversificarla, ya he iniciado yo igual los experimentos en otro tipo de rubro, pero surgió este de la miel, lo único que hice de proyecciones en la contabilidad, fue de costo, inversión, ingreso.



*Ilustración 14. Grupo focal.*

*Nota: Elaboración Propia*

*Se le oriento en realizar la pregunta de que si hicieron proyecciones financieras.*

Donde responde, hice una proyección financiera para un plan de negocio tomando en cuenta un análisis completo, está todo el sistema hasta la relación beneficio costo. Pero el problema es que la hice a nivel general sin atender el sistema de la parte administrativa.

Lo hice como margen de sistema de utilidades, que todas las utilidades eran para mí, porque se supone que yo soy el colaborador y no he actualizado el plan porque sé que tengo que meter toda esa mano de obra porque yo me voy a dedicar a otras cosas, entonces ya los flujos van a cambiar, pero sí tengo los conocimientos.

*Se le consultó que si tienen proyecciones de salarios.*

Por lo que la respuesta es: Sí, está establecido el salario administrativo porque todos los socios trabajamos dentro del emprendimiento y le puse un salario mínimo, pero no

contemple el hecho de que nos puse un salario básico. Pero a la hora de tener que contratar a alguien más. Tengo que ponerlo la parte del salario, más las prestaciones y todo lo que conlleve contratar a alguien bajo un sistema de modelo de negocio empresarial, entonces sí tengo noción. De todo eso, pero no tengo actualizada ahorita un pago de salario.

*En ese mismo sentido se les consultó, si actualmente tienen pago de salario.*

El cual el emprendimiento 1 expresa: No, el emprendimiento comenzó en enero y solo fue la prueba de cuánto fue el rendimiento en la zona y los cálculos de cuánto fue el rendimiento, después saqué los costos de los insumos, los del pago, porque si nos pagaba por día de cosecha 500 córdobas, le dije que eso tiene que salir, vendamos o no vendamos, nos tenemos que dar un salario, llevé un pequeño libro contable y después hice las proyecciones en base al crecimiento esperado de aquí a 5 años.

Pero todas esas cosas básicas no conllevan lo que son las prestaciones, cosas así; no hay conformación del negocio y resulta que la parte de la necesidad del crecimiento productivo es porque nos quedamos sin inventario. La producción fue tan baja. Estamos produciendo tampoco para la alta demanda que tuvimos, que nos quedamos sin miel y ya no es posible fabricar más porque ya pasó la época de flores hasta el siguiente año, entonces tampoco ha sido una prioridad para mi formalizar ese proceso.



***Ilustración 15. Grupo Focal.***

Nota: *Elaboración Propia*

*Se reforzó esto con el siguiente cuestionamiento. En el caso como dice prioridad, formalizar todavía no está formalizado, como empresa.*

Por lo que responde: No; esa es una prioridad, pero a final de año, porque lo que sucedió es que éramos. Yo, que trabajaba con mi esposa y existía otra pareja. Trabajamos el mismo apiario porque somos beneficiarios del mismo programa. Pero cada uno repartíamos tajantemente a la mitad y cada, cada uno comercializaba Por su parte.

Pero después, como sucedió que en poder de uno de nosotros hay suficiente área. Y, de todas maneras, entramos conjuntos de acuerdo con el apiario y surgió la idea, porque no, no formamos una empresa dedicada a esto. Y fue que comenzamos con la idea; hasta hace apenas como mes y medio definimos un logo, entonces estamos en ese proceso que al final de año con apoyo de este curso, pues hemos aprendido cuáles son todos los procesos legales y queremos llegar a conformar una sociedad anónima, pero entonces está en proceso, pero no es exactamente prioritario, porque ya ni siquiera tenemos nada que comercializar. Actualmente nos estamos dedicando a otras actividades propias.

*Donde se le dio a conocer y se le expreso: Esto es nuevo, todo lo que puedas aprender de contabilidad, bienvenido entonces o mejorar lo que ya constituiría. El detalle de los costos también es importante que se dé, tienen un buen registro de los costos, primero tenemos que recuperar la inversión para poder ver si es rentable, de tener las utilidades o ganancias.*

*Así que no hay todavía ningún intento de Estado financiero ni estado situacional, solamente existe una prueba corta de ver los rendimientos y cuánto más o menos puede ser un costo. Mínimo para operar.*

El emprendimiento 1, indica: Exacto, lo que hice fue una proyección, lo que resultó el experimento es que con las 20 cajas que tenemos a final de año esperamos la inversión inicial de 50 de 30 más, pues para comenzar el siguiente ciclo productivo con 50 cajas.

*El cual se le consultó cuánto es el tiempo del ciclo productivo.*

Menciona que aproximadamente en la zona de cuatro meses y medio. Para cuatro cosechas.

*Por lo que se le consulta: Sí ya estuviera formada la empresa con arranque y manos en llave que sería tu orden de prioridades que quería mejorar sobre contabilidad de todo lo que tiene que ver con manejo financiero.*

Por lo que el emprendimiento 1, responde: Bueno como manejo bien lo de utilidades, sería más que todo lo de Recursos Humanos porque es un costo fijo a largo plazo para una empresa que no trabaja permanentemente o todo el año para yo poder mantener una plaza de costo fijo todo 1 año debería tener suficiente producción para vender todo el año y es mentira, me voy a quedar sin stock. Tienes que saber cuánto movimiento de personal.

Porque no necesito eso, el que voy a mantener prácticamente todo el año es el administrador del apiario, porque, aunque nosotros solo produzcamos durante 6 meses los otros 6 meses hay que atenderlas hay que darles alimentar y el vendedor o el de puestos de venta o el de marketing, entonces lo que necesitaría un control y asesoramiento es como llevar los costos. Me gustaría asesoramiento en esta parte del manejo de Recursos Humanos.

*Siguiendo con el análisis se le pregunto si le gustaría asesoramiento en la parte contable, administrativa y económica*

Donde responde: Sí, por supuesto. Es así; aquí venimos a los cursos que nos invitan.

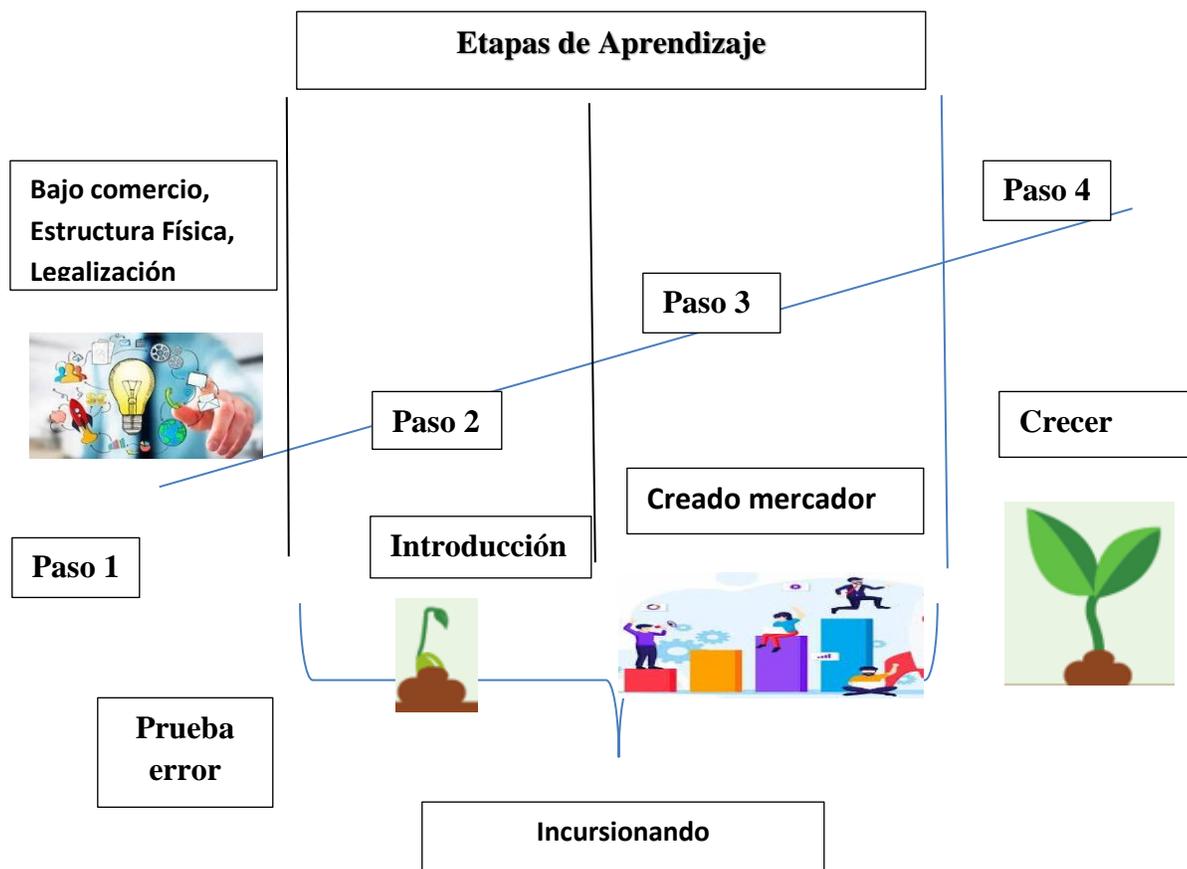
*Continuando se le consulto: Como te pareció este curso*

Donde el emprendimiento 1, responde: Me cayó como anillo al dedo, a mí que estaba empezando; porque aprendí de muchas experiencias, de muchos emprendedores que han tenido proceso hasta en el trámite. Porque tuve que valorar sus experiencias y como yo la estoy viendo prácticamente desde cero porque solo tengo una experiencia y lo que están dando son unas clases como elaborar un negocio completo me han dado exactamente los pasos que debo seguir. Teníamos 2 marcas que nada que ver.

Una iba a chocar con otra marca del mercado a la hora de propiedad intelectual, porque otros compañeros la tenían como dulce panal, actualmente en el mercado está el panal iba a chocar, después pasó la mía que era en la reserva, pero yo no quería registrar que puse Reserva Spectre privada de cero. Así se llama la marca, pero yo no quería hacer ese registro porque no quería atraparlos a la hora de registrar la marca en ese rubro de la miel.

*Entonces se le consultó si ya la registró.* Por lo que responde: No, no precisamente no la registramos por eso, si yo registró esa marca bajo el sistema de miel, no voy a poder vender otros productos bajo esa marca, entonces lo que yo quiero es registrar en la del sistema de la reserva como un consorcio de marcas, porque se supone que lo que voy a hacer es una marca distintiva para cada producto, para cada segmento de producto, porque de salsas picantes, carne, carne de animales exóticos. Y en un consorcio que está girando en la reserva o un montón de micronegocios que van a girar alrededor de la reserva, pero este es mi piloto.

Se le presenta un esquema donde se les consulta en qué fase te consideras



*Ilustración 16. Etapas de Aprendizaje*

*Nota: Elaboración propia.*

El emprendimiento 1 considera que en la fase 2, e indica que dentro de estos emprendimientos todavía nadie está en la fase cuatro.

Menciona: Cuando llegamos la fase uno; hay gente que está comercializando, pero ni siquiera está legalizada, comercializan de manera informal. Y están en mí misma etapa porque, aunque yo haya comenzado con un emprendimiento, ellos también están al vaivén. Digamos que una muchacha que vende ropa de Chen ella solo vende cuando le hacen pedidos, pero no tiene nada de registro legal, no tiene una tienda

física, no tiene registros, no paga impuestos, nada. Es como un emprendimiento que es igual prueba de error de todos los meses.

Hay otros que sí ya tienen registrados sus marcas establecidas, que ya los considero en el nivel 3 porque ya crearon un sistema de mercado, un sistema de pago, ya tienen un nombre específico de su marca y ya tienen el segmento de mercado, el cual le vende y lo que también es lo que están buscando es crecer y no los considero en cuatro, porque ninguno es todavía una empresa completamente conformada. Están buscando cómo crecer, no están en la etapa todavía de crecimiento.

De igual manera hay otros que también está en el 3, ya tiene su marca, ya tiene su logo, pero no ha logrado expandirse porque tiene una dificultad demográfica y no se ha podido extender porque no ha podido abrir los canales de distribución. Entre nosotros mismos compartimos experiencias uno me dice todo es inversión, a mí no me quedan utilidades. Estoy buscando registrar la marca porque los canales de distribución actualmente que tengo incrementan los precios y entonces ya no es competitivo en otros mercados y en mi localidad. Como lo es en Jinotega no tengo tanto mercado para estos productos Premium.

*Se le consultó: Qué percepción tienes de la contabilidad vinculado a las otras actividades, crecimiento, mercado, marketing, organización, entonces eso le da valor a la contabilidad en tanto que está en estas otras esferas.*

El cual indica: En todo le da el valor a la contabilidad porque uno tiene que llevar un registro exacto para conocer el margen de utilidad, incluso si quiere hacer un plan de reinvertir. Me hago la pregunta se está seguro de que el negocio para su reinversión o te estás

sacando y a veces no se lleva control de eso. Entonces yo sé que es una proyección y realice mi registro, pero me he dado cuenta de que muchos de estos negocios no llevan un registro exacto. En realidad, cuando entramos a la parte de contabilidad, todos están prácticamente nuevo, solo 2 o 3 negocios que están en régimen general que obligatoriamente les obliga a llevar eso pagan a un contador externo.

*Continuando se le consultó si me puedes contar un poco la experiencia del curso.*

Por lo que el Caso 1, responde: Bueno no digo que solo para mí, comenzando para todos, abrió muchas puertas y muchas luces porque no sabían cómo dirigir un negocio.

- Sabían que estaban vendiendo, sabían eso, pero no conocían, no sabían ni siquiera lo que es el modelo CANVAS, o sea, ellos tenían completamente desorganizados, que ni siquiera tenían bien lo que caracterizaba, lo que es un segmento de Mercado, porque eso es un gran potencial, o sea, conocer tu segmento de mercado te permite saber a dónde vas a expandirte y no estar a ciegas probando quien te compre quien no te compra. Porque vos te dibujas una línea tu propuesta de valor que te ayuda a compartir con otros y que tu producto sea aceptado en el mercado y todo ese tipo de cosas.
- La segunda parte, que fue de la contabilidad donde la mayoría la mayoría estaba vacía, todos tuvieron que pedir apoyo para lograr hacer su flujo financiero.
- Las partes legales fundamentales, porque poco me estaban legalizados, como le digo tal vez 2 o 3 marcas registradas Una incluso está ocupando registro, una muchacha que empaca café está ocupando el registro sanitario de la cooperativa que le vende el

café, llegue a los procesos y empaca, pero ella no tiene su propio registro sanitario.

Si la van a buscar le va a aparecer de cooperativa, no de ella.

Caminando conocimiento y experiencia para el otro en cuanto a si lo buscan y, cuando el emprendimiento vaya a querer registrar ese registro sanitario va a chocar porque las marcas son completamente distintas. Entonces, eso ha ayudado para ordenar a muchas personas en los 3 aspectos, tanto como conocer su negocio como la importancia de conocer los ingresos, fondos y como es el movimiento, porque eso es lo más difícil para un pequeño emprendedor.

Que no sabes cuándo el dinero es del negocio y cuándo el dinero es de tu propio bolsillo menos si no llevas una contabilidad fija. Porque a veces el negocio te resuelve en el momento y no supiste que en el otro día tuviste que sacar dinero de otra actividad para darle sostenibilidad. No sabes, siempre va la misma tarjeta, siempre va la misma cajita o debajo del mismo colchón y todo se mezcla y la otra cosa, la parte organizativa que todos más bien y desde que están en este modelo de negocio, iniciaron el deseo y el proceso de registrarse en la parte, en la formación, en la parte legal.

Pues todo el mundo ya ando buscando cómo registrar de su marca como conformarse como empresa, como sociedad anónima o como mínimo, como una persona jurídica. Eso ha sido los impactos. Tenemos gracias a la reserva, tenemos una y que estamos en corredor seco para una lucha para otros cultivos, pero una bendición para las abejas, la miel sale por debajo del 80 y del 18% de humedad, tiene como 82.4 y el estándar para exportar es de 80. Significa que la miel es de alta pureza y cumple los estándares de exportación porque no se humedece la zona no se humedece, entonces la miel sale prácticamente sola.

- **Siguiendo con el análisis el Caso 2, en el grupo focal responde de acuerdo con las preguntas orientadoras lo siguiente:**

**Caso 2:** Nosotros actualmente estamos en proceso de constitución de la empresa, debido a que anteriormente yo trabajaba para una empresa familiar, hicimos una deserción de la empresa que se está creando actualmente y hemos trabajado con una, primeramente.

La marca de una empresa de construcción que anteriormente, pues como le digo yo trabajaba y pues sí existe una parte de contabilidad para esa empresa, pero para lo nuestro sí estamos este incursionado en todo este tema, en lo que es finanzas lo que es contabilidad, sí necesitamos el apoyo en esa parte; sí conocemos bastante, pero pues necesitamos asesoría en los estados financieros y contabilidad o requerimientos que puede llegar a tener la empresa; porque como le digo con la experiencia que las personas que estamos en el grupo tenemos, sí lo conocemos, pero necesitamos un especialista que nos guíe y que nos lleve a unos mejores resultados de los cuales podemos tener actualmente para un mejor control también de la empresa.

*Donde se le consultó si la empresa de ustedes o su emprendimiento ya está constituida.*

El cual responde está en proceso de constitución, nosotros hicimos la parte legal con un abogado y estamos en ese proceso de ahora inscribir. Generamos todo lo que es el logotipo, ya entendimos toda la documentación, entonces estamos en ese proceso. Pero esto lleva un tiempo, pues estamos esperando para obtener el número de RUC y ya estar operando.

*El cual se le consultó si ya están operando.*

Por lo que el Caso 2 responde: Sí, nosotros estamos operando, pues ya desde hace rato, como le decía antes, pues lo trabajamos a través de la otra marca, o la otra empresa que es también familiar. Pero ahora pues le queremos hacer únicamente, pues todo aparte en esta empresa y por eso tomamos la decisión de inscribirla por el tipo de rubro que nosotros estamos incursionando, la otra empresa es más enfocada en la construcción de obras civiles y mecánicas.

Esta empresa es más enfocada en la parte arquitectónica y fachada, entonces por eso decidimos hacer una separación e incluir una nueva empresa para poder tener la facilidad de manejo también.

*Por lo que se le consulto cómo se establecen los costos.*

Continuando el caso 2 menciona: esto son proyectos a diseño personalizado en sí, generalmente no se ofrece un costo por metro cuadrado de vidrio, entonces lo que nosotros hacemos, sí ya vamos a hacer un levantamiento de las necesidades del cliente y ahí hacemos nuestro presupuesto, pues basado en los costos que nos de las compras que nosotros realizamos y todos los gastos, generamos nuestras utilidades después de todos los impuestos y todo lo que nosotros necesitamos pagar. Entonces, tenemos bien estructurado esa parte de los costos y cómo ofrecer nuestra oferta, sí tenemos una estructura para eso y lo estamos trabajando, pues de esa manera únicamente.

*Por lo que se le consulto: Dentro de los costos, establecen parte de su salario, gastos administrativos.*

Por lo tanto el Caso 2, indica: Nosotros tenemos establecidos los costos administrativos entre un 4 % y un 7%, según el estudio financiero que realizamos, para lo que mensualmente tenemos que generar una venta de tanto por ciento, entonces con base a esto, ya sabemos que nuestros costos, nuestras utilidades van a hacer una vez cumpliendo esa meta, entonces, si no cumplimos la meta, nosotros no podemos obtener esos costos, pero sí tenemos una estructura donde definimos en la parte administrativa parte de transporte, hacemos una tabla, pues establecer un precio para para la instalación o la o la distribución del producto.

*Por consiguiente, se le consultó si en el emprendimiento llevan registro de estados financieros.*

Por ende respondió: Hasta ahora con este curso, nosotros estamos empezando a realizar los estados financieros porque no lo llevamos de esa manera y requerimos porque pues no tenemos experiencia en la parte de estados financieros, entonces sí estamos haciendo; incursionando en base a los conocimientos que nosotros tenemos a realizar estados financieros, pero no tenemos un historial de estados financieros, pero sí tenemos las órdenes de compra o si tenemos la facturación y con base a eso pienso que podríamos tener un poco del modelo de Estado financiero que nosotros necesitamos.

Hasta ahora realizamos una tabla de estados financieros, pero creemos que podemos mejorarlo, porque eso lo realizamos en conjunto con mi socio, que es un licenciado en Administración. Entonces a cómo le digo no es su especialidad y tampoco la mía porque soy Ingeniero mecánico, pero pues hemos estado aprendiendo un poco, por eso es una habilidad de nosotros que creemos que la podamos mejorar.

*De igual manera, se le consultó si están dispuestos a recibir acompañamiento contable*

Menciona; claro, de hecho, pues eso son parte de nuestras solicitudes, el apoyo y siempre estamos dispuestos a recibirlo y tienen puertas abiertas en nuestro emprendimiento, porque pues consideramos súper importante lo que es el apoyo en la parte de contabilidad y nosotros creemos que sí es parte de las debilidades que necesitamos fortalecer, entonces con nosotros encantados con recibir apoyo por parte de ustedes.

*Continuando, al Caso 2, se le presentó la ilustración 16 y se le consulto donde te ubicas.* El caso 2, indica; yo diría que estamos creciendo, pero tenemos, una traba que ha sido por lo pronto lo que es la parte de inyección que nos ha venido restringiendo el primer semestre nosotros no tuvimos ninguna venta hasta el día de hoy, estamos hablando de C\$1,200,000.00 en venta o un poco más y para nosotros ha sido muy significativo ese monto, entonces sí, estamos pues creciendo, pienso yo.

- **Seguidamente se presenta el Caso 3, los resultados obtenidos del grupo focal, donde se le consulta sobre los conocimientos contables y como lo realiza en el emprendimiento:**

*Se le consultó si conoces de contabilidad, si en tu emprendimiento están llevando alguna contabilidad, algún registro contable.*

Por lo que responde, de hecho, nosotros empezamos con una contabilidad bastante básica en Excel, hace como 2 o 3 meses más o menos que inició el curso, cuando ya empezamos a recibir la parte de Finanzas fue que ya empecé a captar un poquito más, antes

lo hacía muchísimo más básico. Era, como que, de una bolsa de café vendida, sacaba cuánto era lo que me costaba completamente la bolsa y luego sacaba mi margen de ganancia, pero yo estaba cometiendo el error que no determinaba los costos fijos.

A partir de que entendí esa parte, lo empecé a hacer, pero es bastante básico y lo hago personalmente.

*Es por ello por lo que se le consultó cómo determinan los costos*

Indica; ahora sí, ya sé yo cuánto tengo que vender al mes para poder cubrir mis costos fijos. Antes no lo hacía, había bastante desorden y de hecho yo siempre digo que la parte financiera es donde yo sé que le cuesta a todo el mundo, porque lo vivo en experiencia propia. Ahorita ya me estoy sintiendo un poquito más ordenada porque lo estoy haciendo, pero, bastante básico.

Tengo un cliente que, le tiré el precio al bolsazo. Como dicen entonces ese cliente no me está dejando ganancias, para el trabajo que se realiza, la ganancia es poca. Yo sé que a todo va aportando para que los costos fijos, vayan siendo cubiertos, pero en este caso yo sé que cometí ese error porque no sabía, entonces ahora tengo que hablar con el cliente, ver cómo le subo el costo y es un riesgo porque se puede retirar el cliente o para explicarle la realidad, no saqué bien los costos o no los determine y el cliente no quiere escuchar eso. El cliente quiere que le venda y solucione y entonces una de la experiencia es sacar bien los costos, de igual manera tengo otro que es lo contrario le di el precio más alto y las ganancias no son malas.

*Por lo que se le consulto, conoces cuantas ganas por cada producto.*

Por cada producto, sí, eso lo tengo establecido en el mismo formato que hice en Excel, ahí está establecido.

*Del mismo modo se le pregunto si mensualmente llevar registro o a nivel general*

Indica, yo registro desde marzo de este año lo otro puedo tener referencia de cuánto tengo de ventas Por medio de las facturas, porque así lo voy guardando, y tengo captura de depósitos y todo trato de que no se me pierda nada de mi Boucher.

*Por consiguiente, se le consultó si está registrada actualmente*

A ello responde: No, lo único es DGI, también me falta la Alcaldía.

*En el mismo sentido se realiza la consulta de cómo te está yendo en el emprendimiento.*

El Caso 3, indica; bueno, hasta el momento estoy viviendo pues de mi negocio como dicen mordí el leño. Y a partir del año pasado al final ya empecé como dicen a ver, pues la luz del día.

*Del mismo modo al Caso 3, se le presento la ilustración 16 y se le consulto donde se ubica. El cual menciona: Considero que estoy en el paso 3, ya sé a qué clientes quiero llegar, ya sé, por ejemplo, sacar mis costos que eso no lo tenía, a partir de ahí fue como se organiza un poco mejor.*

- **Seguidamente se detallan los resultados del grupo focal realizado al Caso 4, siguiendo con las preguntas orientadoras.**

*Al emprendimiento 4, se le consultó: Llevan registros contables*

Por lo que indica: Bueno, directamente no tenemos registro 100% detallado, pero sí una contabilidad de manera empírica por parte de la propietaria directa que es mi mamá. Ella sí lleva un registro sobre cada venta, cada salida, cada movimiento que se hace, pero lo lleva en un libro, no directamente de forma profesional, si no de manera empírica, también lleva registro sobre su deuda y el punto de equilibrio que debe tener cada día para poder solventar la deuda y el salario del colaborador y también para ella poder tener cómo solventar *las necesidades del hogar*.

Ya que nosotros no hemos tenido como un asesoramiento un curso o algo directamente que nos enseñe cómo llevar algo contable de forma correcta o de forma ordenada. Hemos tratado de llevarlo en Excel con un programa y también lo tenemos con un catálogo que cada vez que se vende algo se va metiendo en el sistema y se actualiza, pero como le digo no de forma profesional.

*Por lo que se le continúa consultando a través de que conocimiento han llevado estos registros.*

Indica; lo del Excel y el catálogo sí ha sido como de manera autodidacta, mi persona he investigado cómo hacerlo, buscaba en internet y tal vez me he inscrito en algunos cursos

en línea, pero no de certificación, por decirlo así y como sabemos que en una certificación en línea y una física no es lo mismo.

*Al emprendimiento se le consulta cómo establecen sus costos.*

Menciona: No se lleva en si los costos de manera correcta; porque el lugar donde está ubicado ya existe precio estándares y las personas ya saben el precio al que están las cosas, así que, aunque pongámosle el precio a cómo debería ser y sale un poco más alto. No podríamos darlo así porque el cliente no nos buscaría y sería una desventaja para nosotros.

*En el mismo sentido se le consulta si ha tratado alguna vez de montar estados financieros o solamente el catálogo de cuentas.*

Responde: Solamente catálogo porque no tengo un conocimiento de cómo hacer un estado financiero en la Universidad ahorita tuve una clase que quisieron cómo enseñarnos, pero como que no se quedó claro una manera correcta y no nos enseñaron tal cual, sino que es tal vez solo nos enseñaron algunos aspectos como los nombres. Indica Yo estudio Mercadeo.

Pero igual no nos enseñan de manera directa y no a detalle, así que no he tratado de hacerlo actualmente el único ejemplo que me dio tengo fue con el curso actual que estamos. Menciona que esta por el modelo por competencia y no llevamos nada de contabilidad y esa fue una clase electiva, se llamaba Administración Financiera, pero fue algo superficial.

Del mismo modo al Caso 4, se le presento la *ilustración 16* y se le consulto donde se ubica. El cual menciona: Considero que estoy en el paso 3, tiene un local establecido, clientes, lleva registros, pero no son detallados y a nivel de sus conocimientos.

*Se le consultó si le gustaría, conocer más sobre el tema*

Por consiguiente, expresa: Correcto, de hecho, que me puse a investigar sobre algunos cursos, pero me dijeron, pues que aquí no estaban dando por lo del traslado del RUCFA, entonces que actualmente no había un curso activo, pero sí me gustaría tener un curso, sí, contabilidad que es importante para mi negocio.

- **En el mismo sentido se detalla el análisis del emprendimiento Caso 5, obtenidos del grupo focal, donde se le consulta sobre los conocimientos contables y como lo realiza en el emprendimiento:**

**El Caso 5**, indica: Pues hemos avanzado bastante, el emprendimiento inició hace poco más de 1 año y prácticamente los últimos 6 meses ya llevamos una contabilidad. Resulta que yo particularmente tengo varias cosas, tengo una finca de café, tengo el emprendimiento, soy consultor, entonces antes era una mezclanza, no sabía dónde sacaba, donde metía, donde ganaba, donde perdía. Pero ahora sí, ahora ya cada negocio tiene su contabilidad, este ya puedo identificar exactamente dónde están mis oportunidades de mejora, donde se necesita hacer inversiones. Y ya la tenemos, pues dentro de la información lo primordial ha sido la cultura de llevar registro para registrar gastos, registrar inversiones, todo ese asunto, pero hemos ido avanzando.

*Es por ello por lo que se les consultó quién les lleva la contabilidad*

Expresa: pago un tercero, un servicio tercerizado, pago contador y me lleva las cuatro contabilidades el mismo contador, mi caso de la finca, hacemos una contabilidad cada 6 meses porque como es producción de café, digamos que se concentra el mayor movimiento en el último 3 meses del año, pero declaramos mensualmente, pues tengo que hacer gestiones de la renta en el negocio también, son 2 negocios.

*En ese mismo sentido se le consulta: Estás registrado en todo con todos o solamente en uno:*

Por lo que indica: Solo como consultor, ahorita estamos en un proceso que se constituyó una empresa, una sociedad anónima que es donde se van a entrar los otros negocios.

*Se le consulta si se establecen los costos.*

Indica: en lo que tiene que ver con este emprendimiento para cada producto, pues hacemos una tabla de costos de materia prima de mano de obra, más los costos fijos y lo que es renta, servicios básicos, publicidad el mismo pago del contador. En la finca igual para como en este caso es más variable porque los insumos suben o bajan el precio del café, entonces si digamos que se va actualizando esa tabla de costos.

También hemos establecido en el caso de este emprendimiento, que son más de 20 productos. Cuál es el punto de equilibrio. A cuántas unidades tengo que vender, cuáles son mis productos estrella, el producto que tengo más ganancias o más utilidades que en otro.

*Se le indica qué estado financiero le pides al contador*

Expresa: Me hace un balance, me entrega el estado de resultado, porque igual como es variable, por ejemplo, en este emprendimiento a veces ingresa materia, pero entonces necesito que actualizar cuando tengo en inventarios y tengo cuentas por cobrar.

*Se le indico si conoce el conjunto completo de los estados financieros, el cual se mencionaron:*

- Estado de situación Financiera
- Estado de resultado
- Estado de Flujo de efectivo
- Estado de cambio en el patrimonio, notas a los estados financieros.

Por lo que indica que desconoce de ellos y que el contador solo le da lo básico estado de resultado y estado de Situación Financiera.

El cual se le recomendó: Entonces sería bueno, como ya tienes un contador, que le pidas el conjunto completo de los estados financieros. Para una mejor toma de decisiones.

*En ese mismo sentido se le consultó: Estarías dispuesto, si te brindamos acompañamiento contable, administrativo, mercado y económico.*

Donde expresa: Totalmente, lo estoy necesitando en todos los aspectos para que me apoyen con mis emprendimientos.

- **Seguidamente se detalla el análisis del emprendimiento Caso 6, obtenidos del grupo focal, donde se le consulta sobre los conocimientos contables y como lo realiza en el emprendimiento:**

Indica: No; sí llevo un control de lo que entra de lo que sale, pero una contabilidad como tal no, tenemos dos emprendimientos, mi hermano y yo, mi hermano ve la parte de audiovisuales, una productora audiovisual de circuito cerrado, documentales, Producciones publicitarias, hemos montado conciertos como el de Nodal, yo veo directamente lo que es un taller automotriz.

*Se le consultó si han realizado ventas en su emprendimiento por lo que respondió.*

Expresa: Nosotros nos encargamos de hacer el montaje de los conciertos como el de Nodal, Pandora, Camilo.

*Es así como se les preguntó, Cómo hacen para generar ese contrato.*

Expresa: Audiovisual está inscrito como cuota fija, pero el taller automotriz no, tenemos facturas membretadas, en el caso de audiovisual, sería mentiroso decirle que se llevó un registro contable no hemos preocupado por esto, no la hemos tomado la importancia que debe de tenerlo en primera, ninguno de nosotros es contador y esto genera un costo, normalmente el dinero que entra en el taller aparte que para cubrir los gastos o se reinvierten ya que no son volúmenes, tampoco tan grandes de dinero.

*Se le consulto, cómo saben ustedes si le están obteniendo utilidades.*

Expresa: Realmente ya todos los equipos que tenemos son propios, no tenemos deudas en sí. Todo se ha comprado de cash de contado. La inversión se ha sido propia.

*Pero para saber si han recuperado eso, si ustedes han obtenido ganancias.*

Indica: Nosotros hacemos el cálculo. En audiovisuales un poquito menos el beneficio que en mecánicos son mucho más caros, pero si eso equipos se han pagado solo.

*Es por ello por lo que se le consultó si le gustaría conocerte un poco más de la temática, donde expresan que sí que están dispuestos a recibir acompañamiento.*

Expresa que él es mercadólogo y que vio Contabilidad I, II y Costos, pero son conocimientos básicos, pero nunca lo he puesto en práctica. Obviamente si fuera de un acompañamiento para poner en orden las cuentas y las finanzas como debería ser, sería un éxito en la parte automotriz y el otro emprendimiento.

En el taller el caso 6, expresa que su modelo de negocio se centra en capturar y transmitir conciertos en vivo de forma profesional y emocionante, brindando una experiencia a las audiencias globales, así como calidad audiovisual de primera clase y personalización del contenido para satisfacer las necesidades específicas de los clientes y servicio integral que combina producción audiovisual de alta calidad con tecnología de streaming confiable.

En este mismo sentido Caso 6, indica que su otro emprendimiento taller de Automotriz lo que hacen es comprar y vender repuestos pero sí generan ganancias y muy buenas ganancias donde ellos tienen códigos de taller en la empresa un ejemplo es donde a veces los clientes les dan más de \$1,000.00 en repuestos el cual ellos en solo los repuestos obtienen ganancias por el descuento que le brinda la empresa distribuidora un caso es de C\$

20,000.00 córdobas se ganan C\$ 4,000.00 córdobas, pero no se lleva ningún registro y todo de manera desordenada por ende se le gana al repuesto y también se le gana a la mano de obra pero no se lleva ningún control.

Cuando se realiza un trabajo grande lo único que se hace es llevar un registro en un libro de igual manera el cliente casi nunca pide facturas, la estrategia es que la distribuidora me brinda la factura con los C\$ 20,000.00 posterior yo voy nuevamente a la distribuidora y ella me reembolsa el dinero entonces yo presento esa factura a mi cliente y ahí es donde me genera mi ganancia en el repuesto y posterior le cobro la mano de obra, y si lo hago de manera informal, es el caso; en el mercado oriental pues allí si no se lleva ningún registro y la defensa es permitida y eso se revende siempre brindando una garantía del repuesto para no quedar mal con el cliente el cual me llega a cubrir el gasto del alquiler, agua, luz e inclusive compré una moto del mismo negocio automotriz.

### ***5.2.2. Sistematización de avances en emprendimientos***

Se realizó una sistematización de los avances alcanzados en la muestra de 7 emprendimientos que se tuvo contacto en el Centro de Innovación, el cual el emprendimiento proporcionó la información y autorizó el uso de esta, por lo que se procede a detallar en sus principales problemas, debilidades, fortalezas, metas, estrategias de crecimiento y solicitud de apoyo. De la misma manera se tuvo 1 emprendimiento de mediana empresa. Con esta sistematización fue posible alcanzar los tres campos en estudios las micro, pequeñas y medianas empresas. Para fines de protección de identidad se mencionan como casos del uno al siete.

#### **5.2.2.1 Emprendimiento caso 1.**



***Ilustración 17. Emprendimiento 1 SIJO***

*Nota: SIJO*

Donde destaca sus principales problemas en:



*Ilustración 18. Problemas Emprendimiento 1.*

*Nota: SIJO Apicultores*

Como se puede apreciar en la ilustración 18, SIJO destaca sus principales problemas en Precios altos, productos adulterados, miel de baja calidad, disponibilidad y comodidad de adquisición.

Por lo que se muestra a continuación los competidores y sus principales debilidades

## Competencia y Debilidades



Existen muchas marcas ya establecidas en el mercado nacional en los supermercados se pueden encontrar hasta 5 marcas distintas.

Cada vez existen mas apiario en el país



### Deficiencias

Baja capacidad de producción

Falta de inventario

Carecemos de registro sanitario y certificación orgánica

Falta de infraestructura

### *Ilustración 19. Competencias Emprendimiento 1.*

*Nota: SIJO Apicultores*

El cual el emprendimiento propone las siguientes soluciones para estos principales problemas, donde se detallan a continuación:



**Miel de la mayor calidad y pureza garantizada**



**Libre de químicos y pesticidas**



**Variedad de presentaciones en embaces herméticamente sellados**



**Precio más accesibles y facilidad de entrega hasta la puerta del hogar**

**Ilustración 20.** Soluciones Emprendimiento 1.

*Nota: SIJO Apicultores*

**Socios y recursos Claves:** Distribuidores, Proveedores, Otros apicultores

**Canales de distribución:** Medios electrónicos, Ferias

**Mecanismos de monetización y**



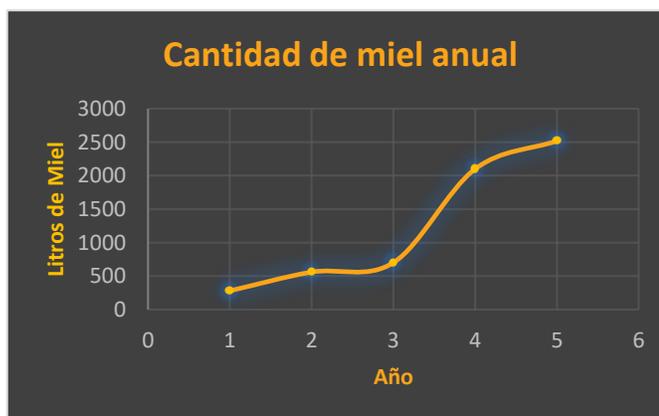
**rentabilidad:** Venta de miel, Préstamo de servicio de asistencia técnica, Capacitaciones de apicultura, Pagos en efectivo o por transferencia bancaria

**Ilustración 21.** Emprendimiento Caso 1.

*Nota: SIJO Apicultores*

Por lo que el emprendimiento se pone como meta estrategias de crecimiento e impacto:

- Aumento de la producción.
- Aumento de Mercado y Diversificación.



***Ilustración 22. Crecimiento en ventas Emprendimiento Caso 1.***

*Nota: SIJO Apicultores*

**5.2.2.2 Emprendimiento caso 2.**



***Ilustración 23. Emprendimiento Caso 2.***

*Nota: Vidrio Máster*

El emprendimiento caso 2, destaca sus principales problemas: Vidrio Máster, se enfoca en la arquitectura decorativa abarcando la distribución e instalación de vidrios templados, barandales y láminas ACM para fachadas e interiores, basada en diseños que retoman las necesidades de nuestros clientes y que les proporcionamos de manera gratuita.

A pesar de ello, no hemos logrado ampliar nuestra cartera con clientes que desarrollen proyectos de mediana y gran envergadura, que nos permitan ampliar nuestros volúmenes de ventas haciéndonos con ello más competitivos en el mercado.

El cual requieren la siguiente solución: Establecer relaciones sólidas mediante networking y colaboración, con otros profesionales del sector, como arquitectos, diseñadores, ingenieros, proveedores, que puedan recomendarnos o derivar clientes; participar en eventos, ferias, congresos, que nos permitan ampliar nuestra red de contactos y darnos a conocer.

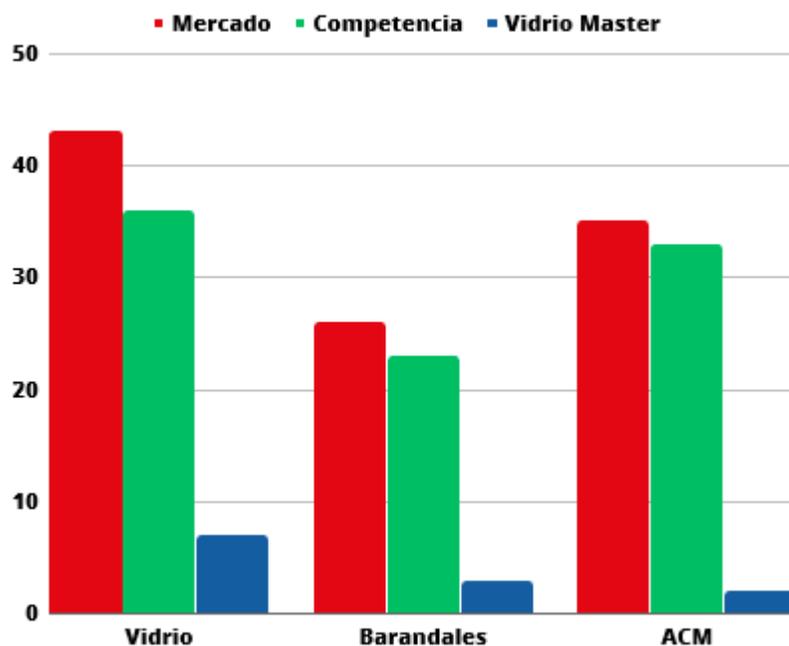
Crear nuestro sitio web, dinamizar nuestras redes sociales y promocionarnos a través de publicidad en línea.

### Mercado y competencia:

**Debilidades:** Bajo alcance, Insuficiente cobertura en redes, Sitio web, Falta de un espacio físico, legalización.

**Oportunidades:** utilización de inteligencia artificial para redes

sociales, Establecimiento de vínculos, Procesos ágiles de inscripción.

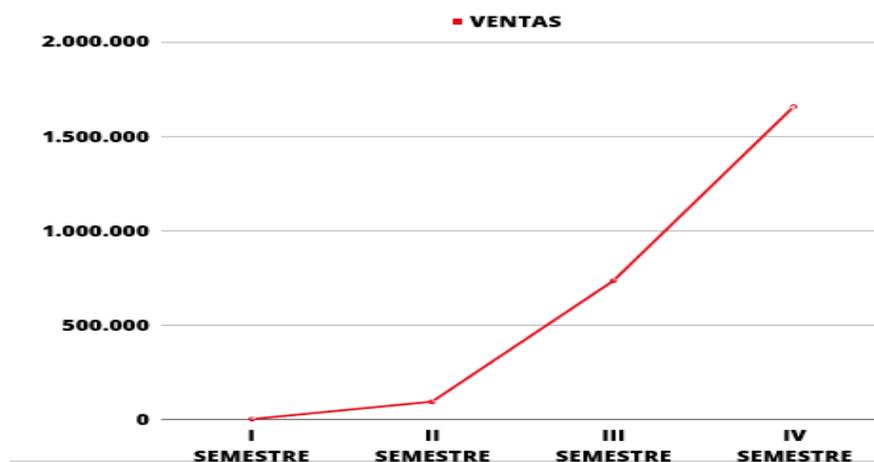


*Gráfico 49. Crecimiento en ventas Emprendimiento Caso 2.*

*Nota: Vidrio Máster*

**Factores para crecimiento:** Mejorar la atención al cliente, Elevar la eficiencia acortando los tiempos de entrega, Fortalecimiento de networking, innovación en el servicio

**Impacto de crecimiento:** inversión en tecnología, maquinaria, expansión de instalaciones. Creación de sucursales, Importaciones de nuevos materiales de china, Mayor generación de empleo.



*Gráfico 50. Crecimiento en ventas Emprendimiento Caso 2*

*Nota: Vidrio Máster*

## Resultados alcanzados

**Organizacional:** formación de un equipo de trabajo con experiencia y conocimiento en el trabajo desempeñado. creación de una marca. Alianzas comerciales. generación de confianza de clientes. Crecimiento significativo de ventas. diversificación de materiales. Crecimiento en el posicionamiento.

- **Solicitud de apoyo**

Asesoramiento y acompañamiento en el proceso de crecimiento de la cartera de clientes que abarque sector gubernamental y empresarial.

Funcionaria como proyecto piloto que podría replicarse a nivel nacional para que las empresas en su etapa de inicio se puedan consolidar, debido a que la falta de clientes o la incapacidad para generar suficientes ventas son uno de los principales desafíos que enfrentan las empresas en sus primeras etapas.

Se fortalecerían los cursos de innovación con nuevos enfoques que podrían trascender a cursos ordinarios de emprendimiento.

### 5.2.2.3 Emprendimiento caso 3.

**Menciona sus principales Fortalezas y debilidades en su emprendimiento.**

**El emprendimiento destaca sus principales problemas:**

Accesibilidad

Información y conocimiento

Inconsistencia en la calidad



*Ilustración 24. Emprendimiento Caso 3.*

*Nota: Café la Negra*

**Donde requiere de Solución:** Mayor disponibilidad, Educación, Estándares de calidad y certificaciones. Del mismo modo este emprendimiento ya tiene mercado el cual se detallan: Hoteles, Restaurantes, Empresas, Puntos de ventas.

**Por lo cual ha identificado sus principales debilidades:** Como lo son las competencias

Donde se propone su estrategia de crecimiento e impacto



- Diversificación de productos
- Programas de fidelidad y marketing digital
- Apertura de nuevos puntos de ventas
- Participación en eventos y colaboraciones,
- Registros contables

*Ilustración 25. Emprendimiento Caso 3.*

*Nota: Café la Negra*

#### 5.2.2.4 Emprendimiento caso 4.

**En el mismo sentido se presenta lo sistematizado del Caso 4.**

Variedades Hanna detalla sus principales problemas en: Rendimiento disminuido de los celulares, Soluciones costosas, Talleres no confiables

El cual considera que sus principales soluciones son: Taller Profesional, múltiples opciones/Atención personalizada, Taller a la vista del cliente



*Ilustración 26. Emprendimiento Caso 4.*

*Nota: Variedades Hana*

**Indica sus principales estrategias de crecimiento e impacto:**

Mercado Tecnológico (constante crecimiento) Es del 8.5 %

Existe un programa de **ahorro** para logra conseguir los fondos e ir mejorando infraestructura y en los próximos 5 años establecer 2 puntos más de ventas, Importar directamente de China.

Económicamente se estabilizará más la economía del negocio logrando Generar lo suficiente para hacer los debidos registros y ser una empresa legalmente constituida.

Sus principales resultados alcanzados son:

- Ferias en colaboración con “Mentors International” y la “Iglesia de Jesucristo de todos los santos de los últimos días”
- Iniciativa Dinámica por Numu Coworking
- Realiza sus propias Capacitaciones.
- Inició con un capital inicial de \$ 1,000.00 e ingresos de aproximadamente C\$ 10,000 y actualmente recibe C\$ 30, 000.00

La principal solicitud es: Legalizar el negocio en su totalidad.

**5.2.2.5 Emprendimiento caso 5.**

**Continuando con la sistematización el Caso 5, menciona sus principales Fortalezas y debilidades en su emprendimiento.**



*Ilustración 27. Emprendimiento Caso 5.*

*Nota: Industrias BUNNA*

El caso 5, tiene varios emprendimientos y consultoría, dentro de ellos se destacan Procesamiento, empaque y comercialización de productos agropecuarios y nostálgicos.

Productos	Descripción	Marcas
Agroindustriales (10)	Café	  Bajo Sombras
	Miel	 FINCA EL DELIRIO
Nostálgicos (10)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pan de maíz</li> <li>▪ Pinolillo</li> <li>▪ Chileros</li> <li>▪ Encurtidos</li> <li>▪ Huevos chimbos</li> <li>▪ Cajetas</li> </ul>	 dona Paquita SABOR CASERO

*Ilustración 28. Emprendimiento Caso 5.*

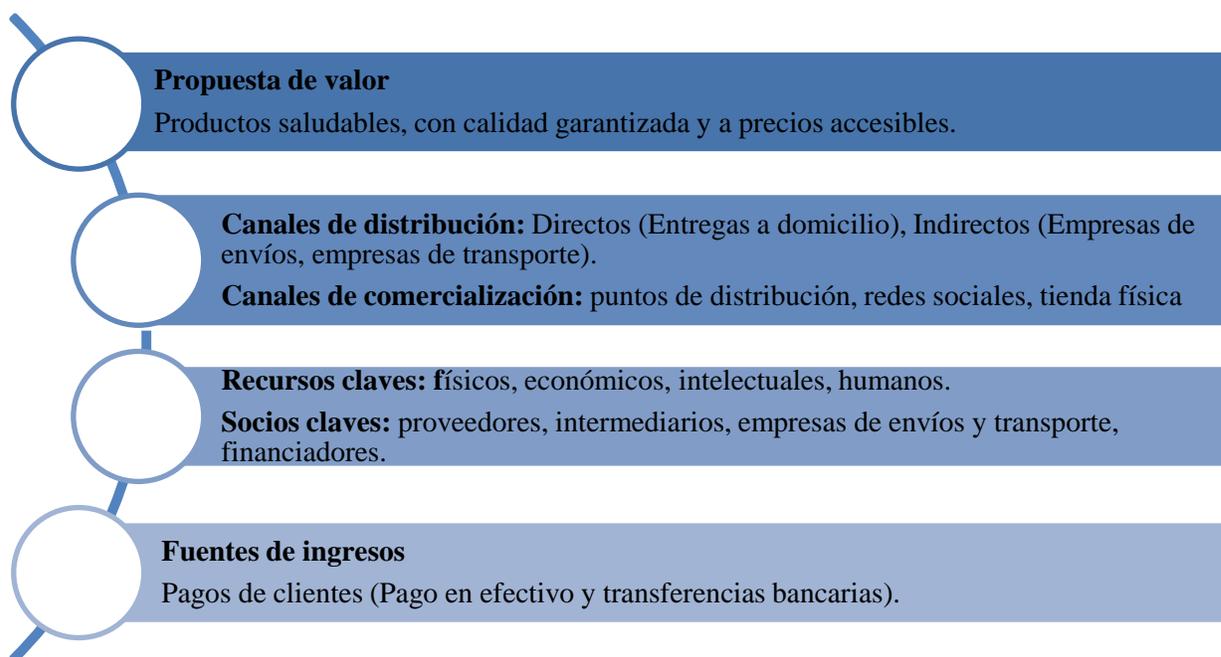
*Nota: Industrias BUNNA*

**Destaca sus principales debilidades:**

- La oferta está centrada en el producto y no en el proceso.

- Las marcas con certificaciones están dirigidas a nichos de mercado con alto poder adquisitivo.
- Hay poca innovación en la oferta de productos.
- La competencia es local y no cubre toda la cadena de suministro.
- La calidad del empaque es deficiente.

Referencia a su modelo de negocio en:

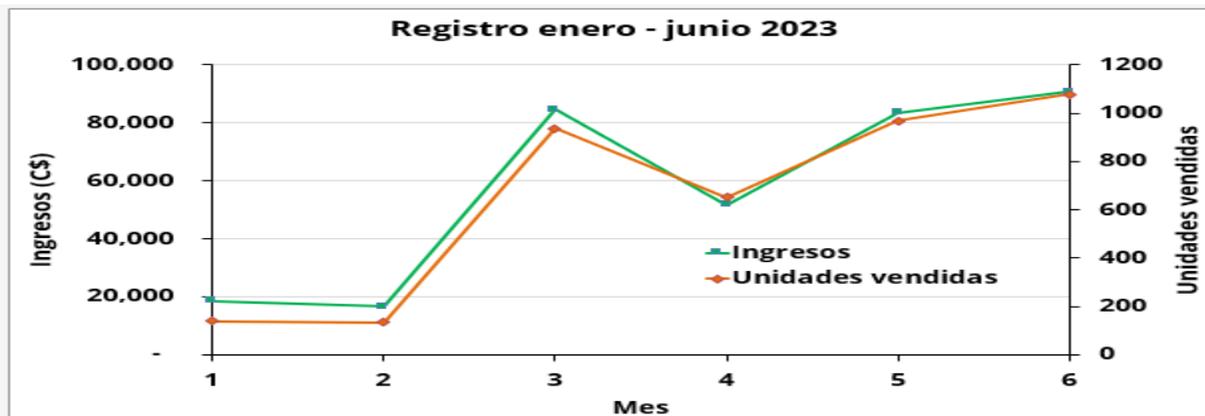


*Ilustración 29. Modelo de negocio Emprendimiento Caso 5.*

*Nota: Industrias BUNNA*

Indica su estrategia de crecimiento e impacto:

**Gráfico 51. Crecimiento Emprendimiento Caso 5.**



*Nota: Industrias BUNNA*

Como se puede observar en el gráfico 51, Industrias BUNNA, sus ingresos han aumentado de C\$ 20,000.00 a 90,000.00 en un periodo de 6 meses.

Por lo que se propone las siguientes estrategias de crecimiento:

- Registros sanitarios.
- Códigos de barra.
- Inscripción de marcas.
- Estructura de distribución.
- Estrategia de publicidad y ventas.
- Definir estructura organizacional y políticas de la empresa.
- Capacitación en marketing, ventas y contable.

**El cual generarían los siguientes impactos de crecimiento.**

- Mayor rentabilidad.
- Mayor posicionamiento de nuestras marcas y productos.
- Ampliación de nuestro mercado nacional.
- Generación de empleo.
- Desarrollo social comunitario



*Ilustración 30: Equipo Emprendimiento Caso 5.*

*Nota: Industrias BUNNA*

**Equipo Directo:** Procesamiento y empaque, ventas y distribución

**Tercerizado:** Contabilidad, publicidad

**Indican sus principales resultados alcanzados:**



*Ilustración 31. Puntos de venta Emprendimiento Caso 5.*

*Nota: Industrias BUNNA*

- Más de 10 puntos de distribución, más del 90 % de ventas a través de intermediarios, constitución de sociedad anónima, licencia sanitaria.

### 5.2.2.6 Emprendimiento caso 6.

En el mismo sentido se detallan los resultados del emprendimiento, Caso 6:

**ZOOM expresa sus principales debilidades:**

- Poca oferta de servicio profesional de producción televisiva a un costo accesible y de calidad impecable.
- Satisfacer la necesidad de cumplir con una vocación natura.



**En el caso de sus problemas son:**

Personas buscando servicio audiovisual de Buena calidad.

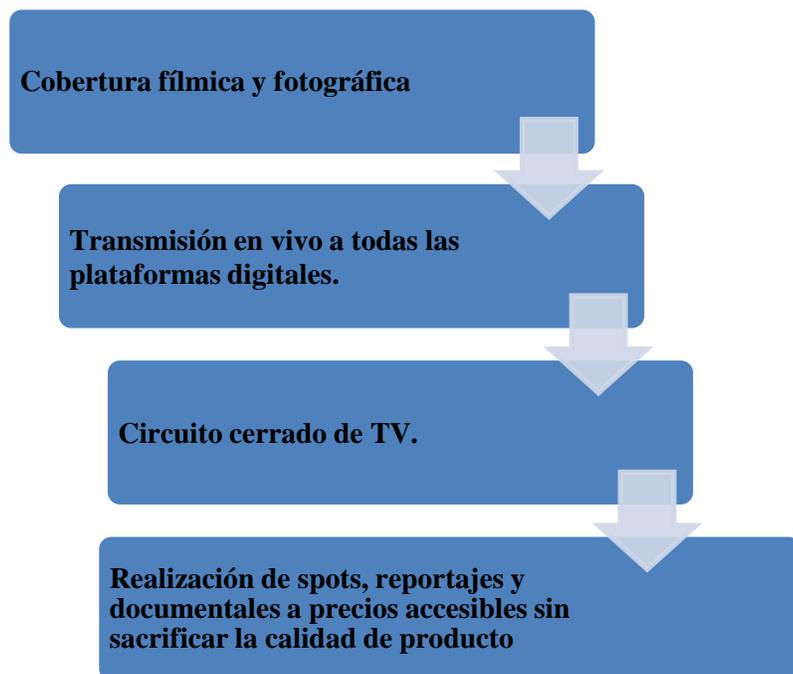
Observar la insatisfacción desde la perspectiva de otros oferentes.

Carencia de un servicio con la aptitud suficiente.

Los servicios ofrecidos eran de muy baja calidad



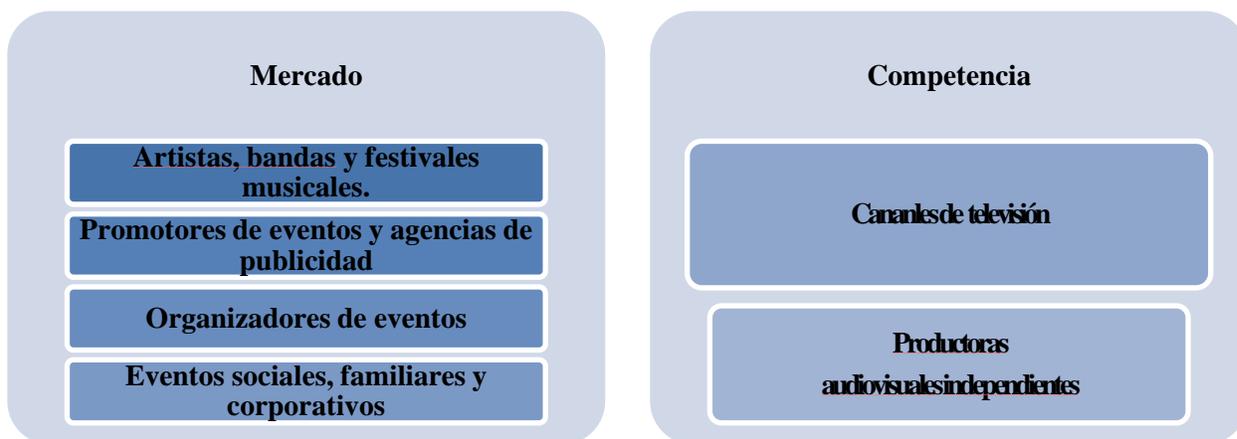
**Ante esto proponen su solución:**



**Ilustración 32.**Solución Emprendimiento Caso 6.

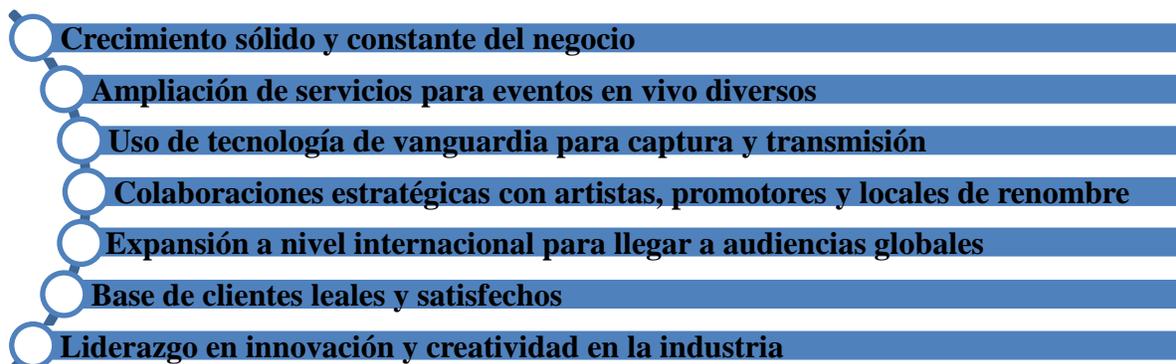
*Nota: ZOOM*

Continuando con Caso 6, indican su principal mercado y competencias.



**Ilustración 33.** Mercado y Competencias Emprendimiento Caso 6.

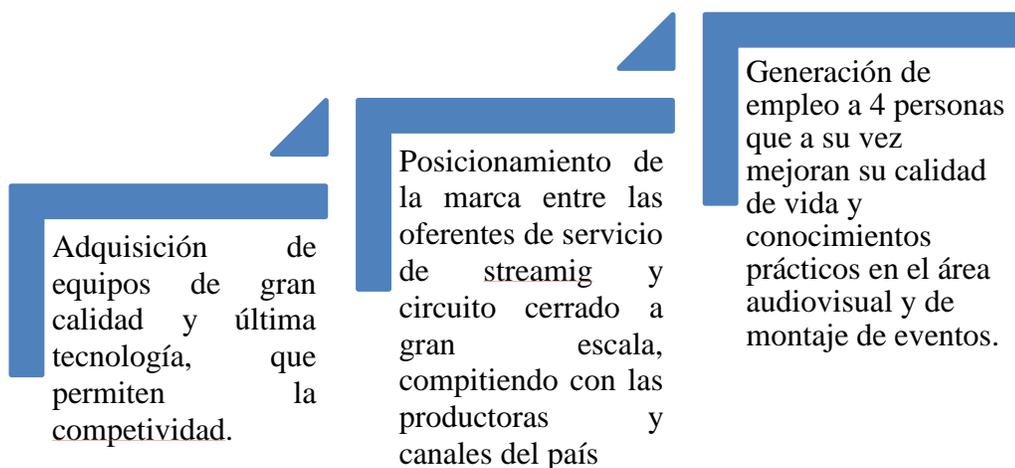
Donde menciona su estrategia de crecimiento e impacto:



*Ilustración 34. Estrategia de crecimiento Emprendimiento Caso 6.*

*Nota: ZOOM*

**Sus principales fortalezas y resultados alcanzados han sido:**



*Ilustración 35. Resultados alcanzados Emprendimiento Caso 6.*

*Nota: ZOOM*

### 5.2.2.7 Emprendimiento caso 7.

De la misma manera se presenta la sistematización del *emprendimiento 7*, el cual es una investigación de propuesta de modelo financiero para impulsar la rentabilidad, que se le presento a la MIPYME, vinculado con una investigación que fue tutorada por la investigadora a nivel de maestría en Finanzas.

La sistematización del estudio en esta MIPYME se detalla en el objetivo general de la investigación, justificación, problemas, proceso del análisis financiero, portafolio de las líneas de productos, así como el análisis de la rentabilidad, el modelo del análisis financiero su implementación y valoración del modelo y experiencia por parte del emprendimiento.

- **Objetivo General**

Diseñar un modelo de análisis financiero para impulsar la rentabilidad de la pequeña y mediana empresa, Sivareña.

La dirección financiera de los negocios es un ámbito de decisiones estratégicas, con incidencia en todas las áreas. Disposiciones acerca de qué líneas de productos impulsar a distintos niveles de prioridad para generar caja; el capital de trabajo requerido para soportar la decisión anterior; la planificación de la deuda y liquidez de la empresa, y la rentabilidad, son desafíos del tomador de decisiones de la Micro, pequeña y mediana empresa.

La información y la calidad disponible, las técnicas de análisis y los criterios para las disposiciones y acciones de trabajo son relevantes, y pueden marcar la diferencia en los resultados finales.

La propuesta de este diseño es analizar indicadores clave del modelo financiero y de mercado para impulsar la rentabilidad de “SIVAREÑA”. Se evalúan las líneas de productos, y la brecha de crecimiento máximo como métricas para planificar sus propias metas de ventas (gaps), asociadas a segmentos de clientes y rentabilidad del negocio.

El modelo de herramienta en Microsoft Excel de análisis financiero y de mercado para fortalecer y sistematizar el análisis cuantitativo, e impulsar la rentabilidad de la empresa, “SIVAREÑA”.

La investigación se justifica ya que la empresa necesita método y forma para entender su desempeño - desafío del sector.

*Los propietarios emprendedores no acostumbran a analizar la data, y basan sus decisiones en tendencias generales, percepciones e intuiciones, cuyo buen atino les ha permitido no morir en el intento.*

Sivareña requiere un método para establecer metas de crecimiento de ventas, rentabilidad y control de sus finanzas.

Corre riesgo de perder control de costos y gastos, no poder priorizar las líneas en base a las más rentables, a su rotación y/o margen; tampoco puede definir estrategias para impulsar o desacelerar la producción y ventas de manera diferenciada, atendiendo aquellas que son más atractivas para la empresa, y de acuerdo con la respuesta de los mercados y clientes.

- **Procesos de análisis financieros y de mercado**

Los primeros colaboradores son los propietarios fundadores, nacidos en 1993 y 1983 respectivamente, con experiencia y estudios en alta cocina, cuya idea original fue solo el



espíritu de sobrevivencia ante las bajas posibilidades de obtener un empleo digno.

***Ilustración 36. Plaza móvil de venta de Sivareña Pizza***

*Nota: Sivareña Pizza*

Ante la aceptación del producto, decidieron comprar una camioneta con préstamo familiar (su mamá), de 3,500 dólares sin intereses. Una vieja Volkswagen adaptada que sirvió de cocina, ventanilla de atención a los clientes, y a la vez como estrategia de ventas por su atractiva vista para los vecinos.

Los planes al inicio se limitaban a vender al menos 10 pizzas diario para cubrir sus gastos y obtener algún beneficio. El apoyo de los familiares fue clave para salir adelante.

Luego de dos años de operación, con un slogan único “*Auténtica pizza a la parrilla, variedad y gran sabor al mejor precio*”, y un mercado creciente, se hace una remodelación, se construye una segunda planta y se amplía la cocina.

Sivareña Pizza hoy cuenta con 15 colaboradores fijos y 4 eventuales, y con 29 mesas. En la actualidad se está facturando una media de \$32 mil dólares al mes.



*Ilustración 37. Equipo permanente de Sivareña Pizza.*

*Nota: Sivareña Pizza*



*Ilustración 38. Ambiente inicial del nuevo local, aún sin techo.*

*Nota: Sivareña Pizza*

- **Portafolio de líneas de productos, y rentabilidad financiera de la empresa**

El portafolio de Sivareña Pizza ha crecido desde su fundación, la razón de ello es que la capacidad de creación de recetas únicas ha llevado a los propietarios a hacer propuestas novedosas que han sido estrategias atractivas para los visitantes. Se logró identificar +60 recetas, de las cuales sólo unas 32 son las más solicitadas, el resto son fórmulas para fechas especiales, estrategias promocionales de temporada en el menú del negocio.

En este sentido, se asesoró a los propietarios ordenar y soportar una oferta atractiva pero limitada, que no diera espacio a una carga enorme de recetas que al final muchas ya no se venden. Este aprendizaje quedó en evidencia cuando se hizo el análisis de ventas de productos.

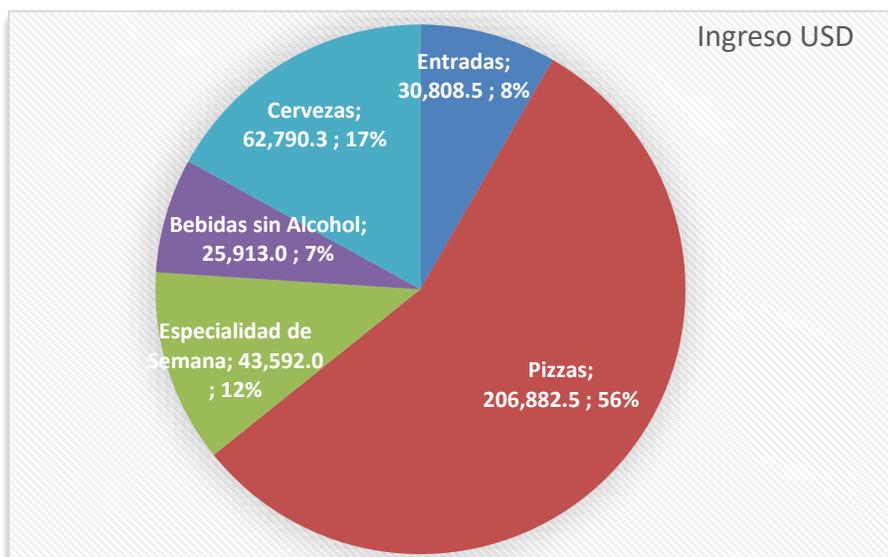
**Tabla 52:** Lista de recetas desarrolladas en Sivareña en últimos tres años.

#	Recetas	#	Recetas	#	Recetas	#	Recetas
1	Regia Chola	18	Pepperoni	35	Partisana Vegana	52	Pepperoni Personal
2	Pan Con Ajo	19	La Chasca	36	Grosera Personal	53	Boluda
3	Suprema Verde	20	Jamón	37	Mix Natural	54	La Gala
4	Bruschetas Capresse	21	Vieja Confiable	38	La Diez	55	Rabiosa
5	Margarita	22	Kombucha	39	Maciza	56	Monte Verde

6	Parrillera	23	Bianca	40	Alegría	57	Pizza de Cancha
7	Grosera	24	Clásica	41	Mix de alguashte	58	Gallega
8	Bruschetas de Champiñones	25	Don Peppe	42	Distrito Federal	59	Mediterranea
9	Hawai 5-0	26	Teniente Dan	43	Bruschetas Mixtas	60	Rústica
10	Golden Chola	27	Al Pesto	44	Súper Personal	Sivareña 61	Mestiza
11	Súper Sivareña	28	Choripizza	45	Jamón Personal	62	Champiñón Personal
12	Pecadora	29	Champiñones	46	Primavera	63	Módena
13	Coqueta	30	No Te Pases de Listo	47	Chalateca	64	Macabra
14	Zapote	31	Veggissima	48	Chanchona	65	Choripizza Personal
15	Reina Margarita	32	La Olivia	49	Pomodoro	66	Frijolero
16	Suprema Roja	33	Bubba Gump	50	Pizza de Queso		
17	Hawaiana	34	Aquella	51	La Diva		

*Nota: Gerencia Sivareña Pizza.*

**Gráfico 52.** Ingresos por categoría de productos Sivareña



*Nota: Gerencia Sivareña Pizza.*

Solo cinco meses estuvieron debajo de la venta media mensual (USD 30.8 miles), con valores muy cercanos al promedio del año, el más bajo fue febrero con 27.1 miles, (2.9 mil menos a la media mes). Esto es casi a razón de 100 dólares menos por día en la venta de ese mes.

**Tabla 53.** Estructura del Costo unitario de pizza.

Criterio	Materiales	CIF	Mano de Obra	de Costo Unitario
% del Costo	0.72	0.16	0.12	1.00
Costo USD	79.21	18.20	13.03	110.44

*Nota: Elaboración propia, con datos del Modelo Financiero.*

Este hallazgo valida la posición que se manejaba en la empresa de que los precios estaban siendo alcanzado por la inflación de los costos de insumos y materiales, así como la mano de obra que escaló en +20%.

- **Análisis de rentabilidad: Margen de contribución**

Se logró establecer 10 rangos para el análisis de los márgenes de contribución del portafolio de 69 productos de las cinco categorías en el Modelo Financiero, con los siguientes resultados.

**Tabla 54:** Distribución del portafolio según el Margen de contribución.

#### Distribución según su Margen de Contribución (MC)

Grupos	Rangos de MC %	Frecuencia	%
Grupo 1	0.0 - -0.20	1	1.4%

84.1 %

Grupo 2	-0.06	0.08	0	0.0%
Grupo 3	0.10	0.24	4	5.8%
Grupo 4	0.24	0.38	3	4.3%
Grupo 5	<b>0.38</b>	0.52	33	<b>47.8%</b>
Grupo 6	0.52	<b>0.66</b>	25	<b>36.2%</b>
Grupo 7	0.66	0.68	0	0.0%
Grupo 8	0.68	0.70	1	1.4%
Grupo 9	0.70	0.72	0	0.0%
Grupo 10	0.72	0.78	2	2.9%
<b>Totales</b>			<b>69</b>	<b>1.0</b>

*Nota: Elaboración propia con datos del Modelo Financiero.*

Un grupo de 58 productos (84.1% del total), se ubican en los rangos de [38% - 66%] de margen, dejan entre 0.38 a 0.66 centavos como margen de contribución por cada un dólar vendido.

Tomando de referencia los registros en el Modelo financiero, se ha calculado las principales medidas estadísticas para el margen de contribución de todo el portafolio (69

productos seleccionados), y de manera particular de cada categoría. La categoría Pizzas y Cervezas lideran los márgenes de contribución de la cartera total.

- **Modelo financiero propuesto: Análisis de punto de equilibrio**

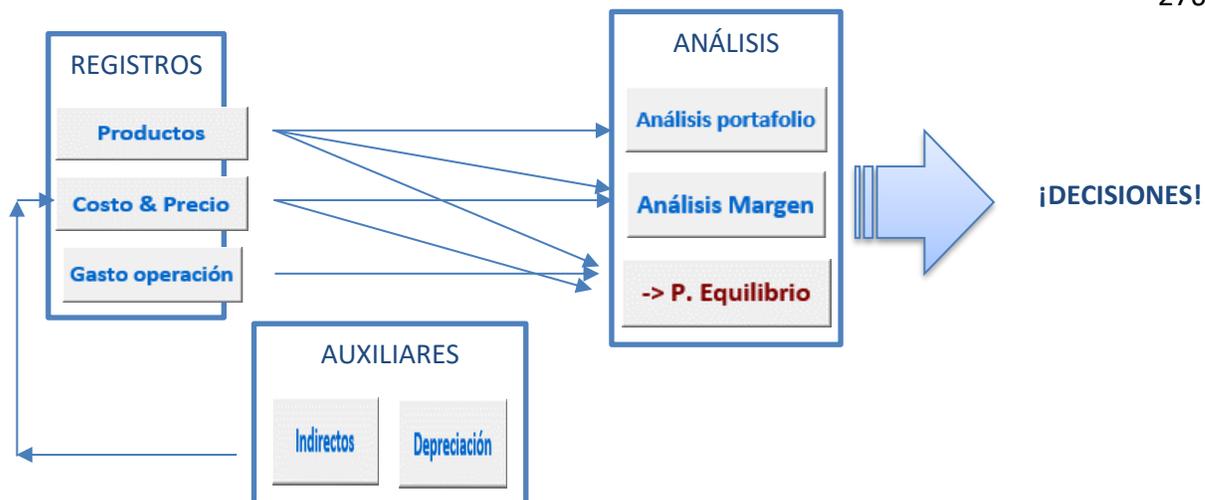
Luego de profundizar en el análisis con una perspectiva amplia del desempeño del negocio, se propone un modelo por medio de una herramienta en Microsoft Excel para sustentar el análisis financiero y de mercado, e impulsar la rentabilidad de la pequeña y mediana empresa, “SIVAREÑA”.

El mérito principal del Modelo Financiero propuesto es su función de facilitar el análisis de contextos y performance de las finanzas de la empresa sustentados en variables clave; además, apoya el análisis para proponer una “predicción”, cuya posibilidad de cumplimiento depende de la implementación de las estrategias seleccionadas para el cumplimiento de las metas propuestas según las variables analizadas.

- **Estructura del modelo propuesto**

La estructura propuesta es simple y coherente con el flujo del análisis de la información requerida. Se diseñaron módulos principales con hojas de trabajo para las variables clave, también se asociaron algunas hojas auxiliares para cálculos específicos que sustentan las variables principales.

A continuación, se muestra un esquema base de su estructura apoyado con hojas de trabajo para registro y para análisis:



*Ilustración 39. Modelo Financiero*

*Nota: Modelo Financiero*

- **Implementación y valoración empresarial**

La experiencia en la implementación del Modelo Financiero ha sido de mucho aprendizaje, y ha dejado lecturas valiosas a la gerencia de SIVAREÑA, al punto de continuar con su implementación, y sostenerlo como una buena práctica gerencial para sustentar el análisis ordenado y sistematizado en la toma de decisiones.

**Los aspectos más valiosos para la empresa son:**

- Análisis claro y directo de la estructura del portafolio de productos por categorías
- Distribución de generación de ingresos del portafolio por categoría
- Ventas mensuales por categoría (Unidades)
- Estadísticas de tendencia central del portafolio de productos
- Análisis de estructura Ingresos y Egresos del portafolio
- Análisis de posición (Percentiles).

*A partir de esa lectura, los análisis más valiosos que ha compartido la Gerencia son:*

**Hallazgos clave:**

- Algunas pizzas que lideran las ventas tienen los precios más altos. Es decir, no competimos por precio, sino, calidad, sabor, es nuestra “diferenciación”.
- Analizar el margen unitario versus la frecuencia de venta: 12 de 30 pizzas marginan arriba de 50% sobre precio de venta, 17 recetas arriba del 45% promedio, solo una receta debajo de 35%.
- Catorce recetas representan el 80% de las unidades de pizzas vendidas en el año de un total de 34 recetas registradas (21,020 / 25,919 pizzas). Debemos revisar plan de producción.
- En términos de ingresos, 13 recetas aportan el 80% del ingreso anual, y otros dos grupos se distribuyen el 10% cada uno para sumar el total de las ventas. El último grupo representado por 16 recetas solo aportan USD 20.8 mil, entre las cuales existen 12 pizzas que venden menos de 10 unidades al mes.
- Análisis de posiciones: se observa que el 50% del grupo de 34 recetas generan menos de 3.8 mil dólares al mes, y una venta de unas 485 pizzas o menos en el mismo año. Esto es casi a razón de 100 dólares en el mes, una venta muy baja en este mercado.
- Según análisis de los deciles, el 40% de las recetas se venden a razón menor de 25 pizzas al mes (300 pizzas/12 meses), para una generación de ingresos menor o igual a USD 2,800. Sustenta análisis anterior.

**Estos principales hallazgos resumidos llevan a las siguientes decisiones de la Gerencia de SIVAREÑA, a saber:**

### Decisiones principales:

- Dejar fuera los productos con frecuencias menor a 30 al mes, valorar margen de ganancia.
- Se ajusta el costo actualizado.
- Se ajusta los precios de manera diferenciada, según su margen, y su precio actual.  
Promedio precio anterior: USD 7.28 promedio precio ajustado: USD 8.24. Por tanto, margen medio anterior: USD 3.61, nuevo margen medio ajustado USD 4.33 por receta.

En base a la decisión de Gerencia, la nueva distribución para principales productos se presenta a continuación:

**Tabla 55:** Nueva distribución a partir de análisis de Gerencia en Modelo implementado.

#### Nueva Distribución de Margen de contribución: (43,5%

MC%= 52-66)

Grupos	Rangos de MC %		Frecuencia	%
Grupo 3	0,10	0,24	3	4,3%
Grupo 4	0,24	0,38	2	2,9%
Grupo 5	0,38	0,52	23	33,3%
Grupo 6	0,52	0,66	30	43,5%

*Nota: Elaboración propia con información del Modelo Financiero*

*Una conclusión y característica valiosa de este Modelo Financiero propuesto a SIVAREÑA, es que permite su réplica en otras empresas, dada su adaptabilidad y flexibilidad para el registro y manejo de la información, lo que facilita el análisis y toma de decisiones.*

A la empresa se le dejó el modelo financiero, se les está dando seguimiento contable y financiero, se elaboró de igual manera un manual de dicho modelo.

El Modelo ayudó a *sistematizar* su información, y planificar su crecimiento, a saber:

- Identificar su punto de equilibrio en USD 234.58 miles (valor mínimo de venta), y compararlo con la venta anual (USD 369.98 miles)
- Identificar y aplicar un ajuste a costos unitarios: + 6.2%
- Aplicar ajuste de precios diferenciados, para un MC promedio de 47% a 51%
- Proyectar ingresos con una tasa de crecimiento de 19%.
- Incrementar las ganancias esperadas en 28%.

### **5.3 Relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**

Para dar salida al objetivo de relación entre aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las pequeñas y medianas empresas se empleó el proceso de triangulación: teórica, donde el proceso se fundamentó de acuerdo al marco teórico, de igual manera en el tipo y métodos de investigación , donde se contrastaron

las técnicas cualitativas y cuantitativas por medio de los instrumentos encuesta y de fuentes de información, de acuerdo con el anexo número 4.

### 5.3.1 Situación financiera-registros contables

De igual forma se realizó la consulta a las MIPYME de acuerdo con la *pregunta número 28*, del Anexo D, si elaboran estados financieros brindándoles las siguientes escalas 1 (Estado de resultados), 2: (Estado de Situación Financiera), 3: (Estado de Flujo de Efectivo), 4: (Estado de cambio en el patrimonio), 5: (Notas a los Estados Financieros, 6: (Ninguno), donde estos podían marcar más de una opción en este caso opción múltiple.

**Tabla 56.** *Elabora estados financieros. Respuesta Múltiple*

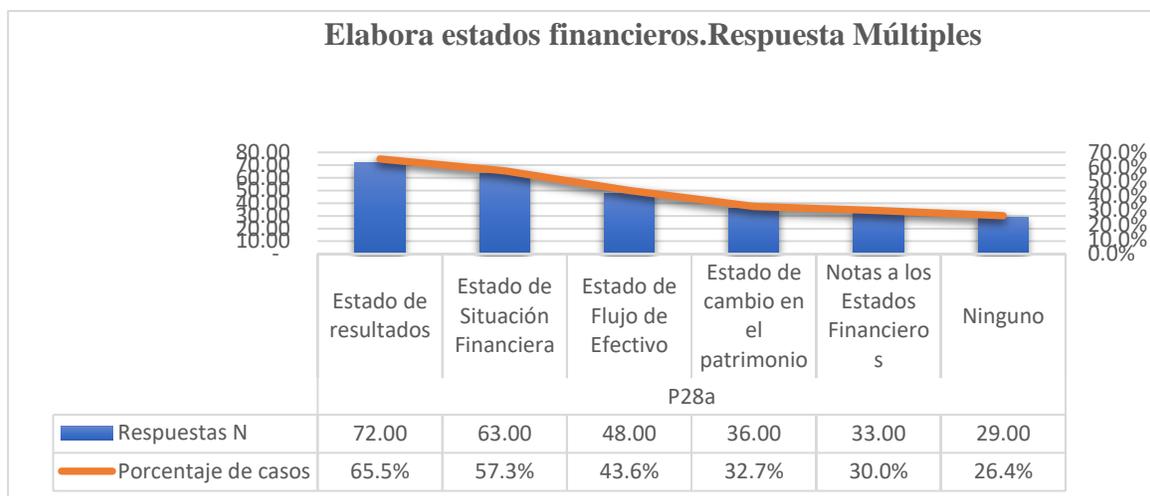
#### \$P28 frecuencias

Escalas		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P28 <sup>a</sup>	Estado de resultados	72.00	65.5%
	Estado de Situación Financiera	63.00	57.3%
	Estado de Flujo de Efectivo	48.00	43.6%
	Estado de cambio en el patrimonio	36.00	32.7%
	Notas a los Estados Financieros	33.00	30.0%

	Ninguno	29.00	26.4%
--	---------	-------	-------

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 53. Elabora estados financieros. Respuesta Múltiple**



*Nota: Elaboración Propia.*

Es importante destacar de acuerdo a la tabla 57 y gráfico 53, que las MIPYME 72 de ellas equivalente a un 65% elaboran Estado de Resultado en esta opción se vincula con la pregunta 27, donde contestaron que si elaboran controles de ingresos y egresos, es así que 63 de ellas equivalente al 57% indicaron que elaboran Estado de Situación Financiera, continuando 48 de las mismas equivalente al 44% indicaron que elaboran Estado de Flujo de Efectivo, de la misma manera 36 de ellas equivalente al 33% elaboran Estado de Cambio en el Patrimonio y 33 equivalente al 30% elaboran las Notas a los Estados Financieros; es importante también mencionar que 29 MIPYME equivalente a un 26% indicaron que no elaboran ningún Estado Financiero.

Es aquí que se identifica en la *pregunta 28* que la mayoría de las MIPYME solamente elaboran un estado Financiero en este caso el Estado de Resultado, cuando mucho a dos estados financieros que es el Estado de Resultado y Estado de Situación Financiera disminuyendo a lo que es el Estado de Flujo de Efectivo y el estado de Cambio en el Patrimonio, no todas realizan Notas a los Estados Financieros y siempre prevalece un porcentaje de 29 respuestas equivalente al 26% que no conocen ni elaboran ningún estado Financiero.

Continuando se realiza *la pregunta 29*, del Anexo D, vinculada está con la *pregunta 28* dónde se les consulta que sí elaboran estados financieros indicar la herramienta que utilizan, proporcionándoles las escalas 1: (Libros manuales), 2: (Excel), 3: (Sistemas contables) ,4: (Ninguno).

**Tabla 57.** Estadísticos. Herramientas si elaboran Estados Financieros

Media	2.6909
Mediana	3.0000
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 54.** Estadísticos. Herramientas si elaboran Estados Financieros

*Nota: Elaboración Propia.*

Es así de acuerdo con la tabla 58 y gráfico 54, que se determina el estadístico de las herramientas cuando elaboran los estados financieros teniendo una media de 2.69 indicando las escalas de Excel y sistemas contables, con una mediana de 3 que equivale a la escala de sistemas contables y una moda de la escala 2 que es la herramienta de Excel.

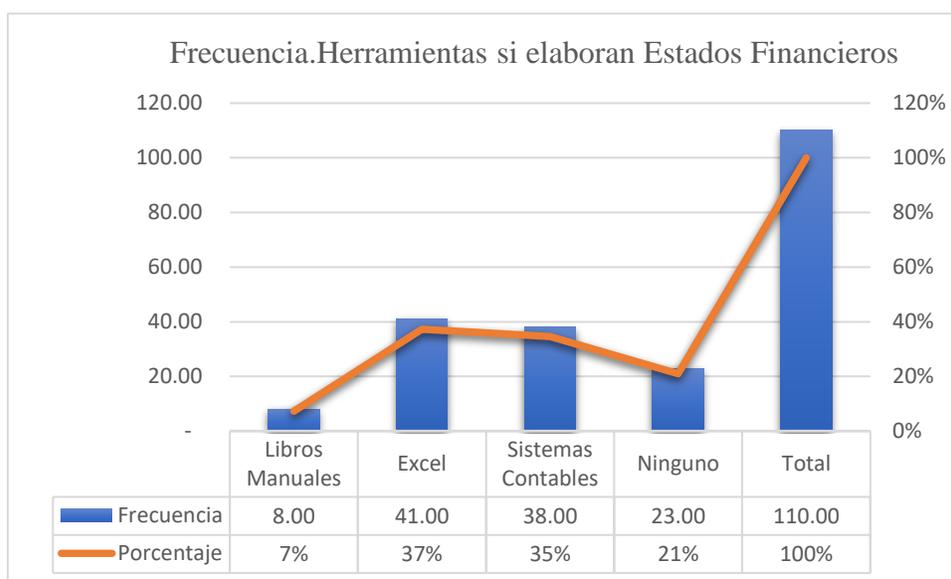
**Tabla 58.** Frecuencia. Herramientas si elaboran Estados Financieros

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Libros Manuales	8.00	7%
Excel	41.00	37%
Sistemas Contables	38.00	35%

Ninguno	23.00	21%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 55.** Frecuencia. Herramientas si elaboran Estados Financieros



*Nota: Elaboración Propia.*

En tal sentido de acuerdo a la tabla 59 y gráfica 55, se determina la frecuencia de las herramientas que utilizan al elaborar los estados financieros teniendo como resultado que 41 MIPYME equivalente al 37% indicaron que utilizan la herramienta del Excel, seguido de 38 MIPYME correspondiente al 35% utilizan sistemas contables, de la misma manera 8 MIPYME equivalente a un 7% indicaron que utilizan libros manuales y 23 MIPYME correspondiente a un 21% mencionaron que no utilizan ninguno de estas herramientas

financieras relacionada también con la *pregunta 28* que es el equivalente a las 29 respuestas que no elaboran ningún estado Financiero.

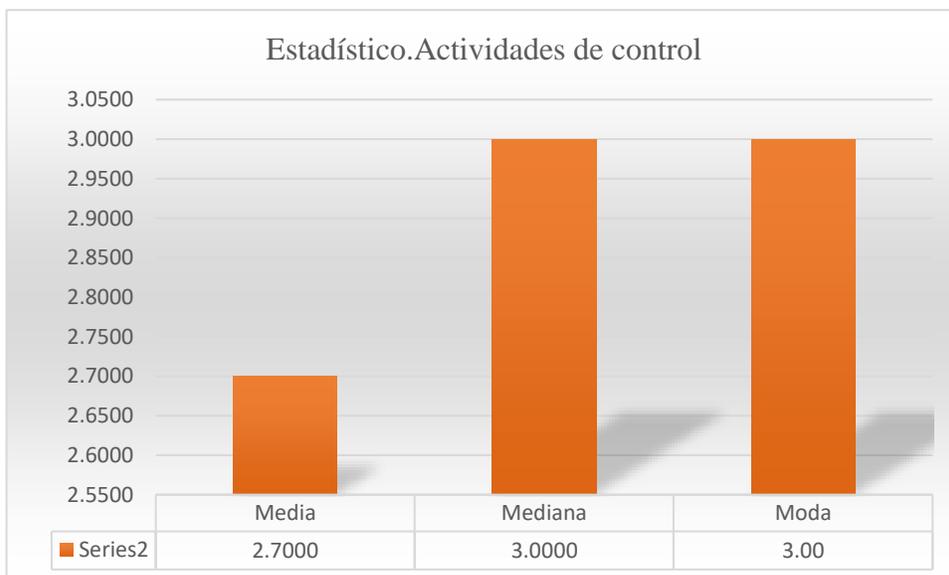
Con el objeto de consultar cuáles de las actividades de control se realizan en la empresa se realizó la *pregunta 30*, del Anexo D, proporcionándoles las escalas 1: (Contratos de personal), 2: (Arqueos de caja), 3: (Recibos y facturas), 4: (Ninguno), 5: (Otros).

**Tabla 59.** Estadístico. Actividades de control

Media	2.7000
Mediana	3.0000
Moda	3.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 56.** Estadístico. Actividades de control



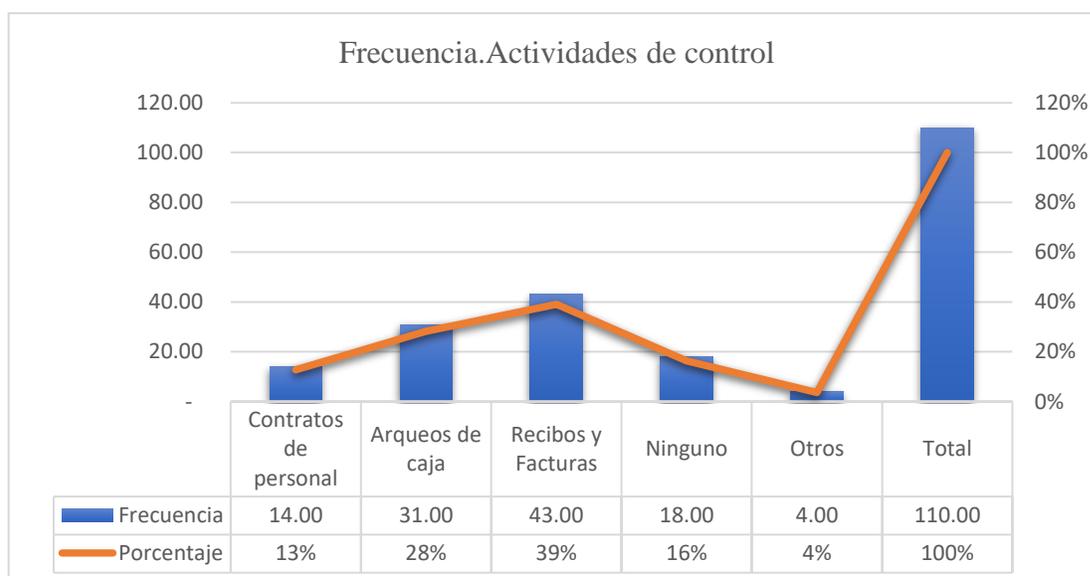
*Nota: Elaboración Propia.*

Es así según tabla 60 y gráfico 56, que los estadísticos de las actividades de control coinciden con la media mediana y moda correspondiente a la escala número 3 el cual corresponde a las actividades de control de recibos y facturas.

**Tabla 60.** Frecuencia. Actividades de control

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Contratos de personal	14.00	13%
Arqueos de caja	31.00	28%
Recibos y Facturas	43.00	39%
Ninguno	18.00	16%
Otros	4.00	4%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 57.** Frecuencia. Actividades de control

*Nota: Elaboración Propia.*

Por tal motivo se realiza la frecuencia de las actividades de control de acuerdo a la tabla 61 y gráfico 57, las MIPYME indican en un 39% equivalente a 43 de ellas que utilizan recibos y facturas seguido del 28% correspondiente a 31 empresas que realizan arqueos de caja, de la misma manera un 13% equivalente a 14 MIPYME realizan contratos de personal es así importante mencionar que 16% correspondiente a 18 empresas indican que no utilizan ninguna actividad de control y un 4% equivalente a 4 MIPYME que mencionaron que realizan otros tipos de actividades de control.

La pregunta 30 y 30.1 del Anexo D, e ilustración 36, se le consultó a las MIPYME que cuales actividades de control se realizan en la empresa dándoles la escala: 1: (Contratos de personal), 2:) Arqueos de caja), 3: (Recibos y facturas), 4:(Ninguno), 5: (Otros), el cual esta pregunta también se relaciona con la pregunta 30.1, que si es la opción Otros especificar.



**Ilustración 40.** Otros tipos de actividades de control.

*Nota: Elaboración Propia.*

Por lo que hubo casos que seleccionaron la opción 5, que es otros, donde mencionan lo siguiente: El caso 44 indica que dentro de sus actividades de control está las anotaciones de egresos e ingresos, así como facturas por compras, el caso 64, 67 y 89 indican las opciones 1, 2, 3; el cual es contratos de personal, arqueos de caja, recibos y facturas. El caso 100 expresa que su actividad de control son libros de anotaciones.

### 5.3.2 Comercialización

Para conocer Cómo es la comercialización de las MIPYME en estudio se realiza la *pregunta 31*, donde se consulta cómo venden sus productos o servicios dándoles las escalas, 1: (De contado), 2: (Crédito), 3: (Contado y crédito), 4: (Anticipos).

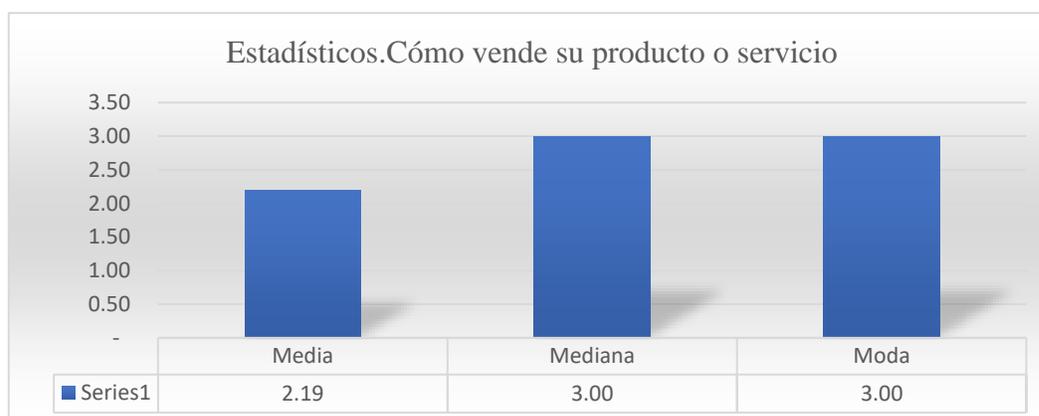
**Tabla 61.** Estadísticos. Cómo vende su producto o servicio

Media	2.19
Mediana	3.00

Moda	3.00
------	------

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 58.** Estadísticos. Cómo vende su producto o servicio



*Nota: Elaboración Propia.*

De acuerdo con la tabla 62 y gráfico 58, se determina el estadístico de cómo venden los productos o servicios las MIPYME, teniendo como media la escala 2 que es el crédito y una coincidencia de la mediana y la moda con la escala número 3 que es ventas de contado y de crédito.

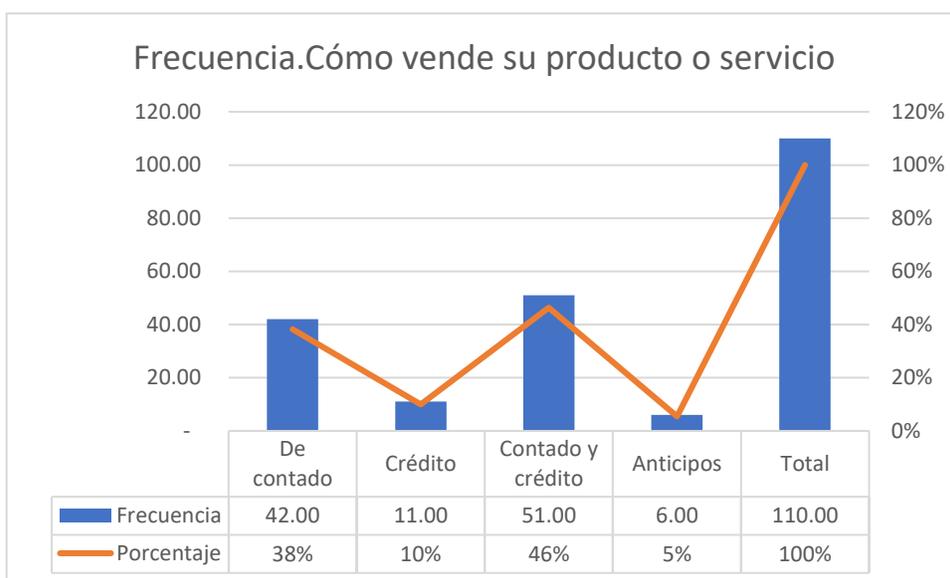
**Tabla 62.** Frecuencia. Cómo vende su producto o servicio

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
De contado	42.00	38%
Crédito	11.00	10%
Contado y crédito	51.00	46%

Anticipos	6.00	5%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 59.** Frecuencia. Cómo vende su producto o servicio



*Nota: Elaboración Propia.*

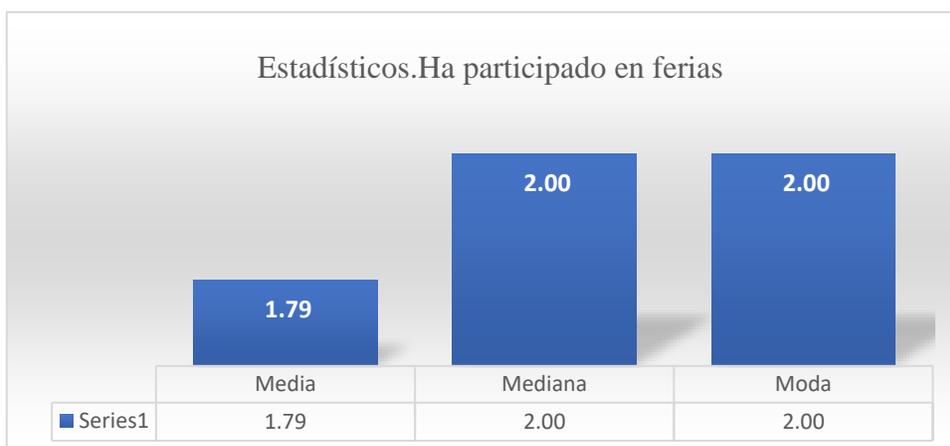
Por tal motivo se conoce la frecuencia de acuerdo a la tabla 63 y gráfico 59, de cómo venden los productos o los servicios ofrecidos por las MIPYME teniendo como resultado que venden los productos o los servicios ofrecidos por las MIPYME teniendo como resultado que 51 MIPYME correspondiente al 46% venden de contado y de crédito seguido de 42 de ellas correspondiente al 38% que lo venden solamente de contado y 11 MIPYME equivalentes al 10% mencionan que venden sus productos o servicios de créditos; es importante también señalar que solamente 6 MIPYME correspondiente a un 5% solicitan anticipos.

Continuando se realiza la *pregunta 32*, dónde se consulta si estas MIPYME han participado en ferias brindándoles las escalas 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 63.** Estadísticos. Ha participado en ferias

Media	1.79
Mediana	2.00
Moda	2.00

Nota: Elaboración Propia.

**Gráfico 60.** Estadísticos. Ha participado en ferias

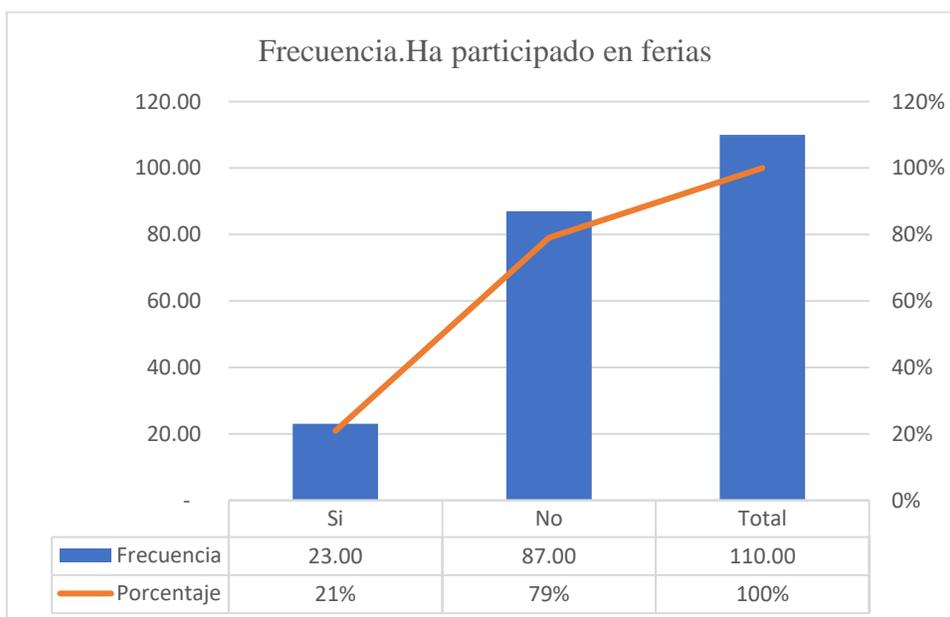
Nota: Elaboración Propia.

Según tabla 64 y gráfico 60, el estadístico de que si las empresas han participado en ferias proporciona una media de 1.79 con una mediana y moda con la escala del 2 que corresponde a que no han participado en ferias.

**Tabla 64.** Frecuencia. Ha participado en ferias

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Si	23.00	21%
No	87.00	79%
Total	110.00	100%

Nota: Elaboración Propia.

**Gráfico 61.** Frecuencia. Ha participado en ferias

Nota: Elaboración Propia.

De acuerdo con la frecuencia proporcionado en la tabla 65 y gráfica 61, las empresas indican que 23 de ellas equivalentes al 21% si han participado en ferias, caso contrario 87 equivalente a un 79% mencionaron que no han participado en ningún tipo de ferias.

Continuando en la *pregunta 32* del Anexo D, a las MIPYME se les consulto si estos han participado en ferias con escala:1: (Si), 2: (No), donde esta pregunta se relaciona con la *pregunta 32.1*, en caso de que sí han participado en ferias, especificar quien lo organizó por lo que se menciona a continuación la participación de las MIPYME en ferias de acuerdo con la ilustración 41 y 42.

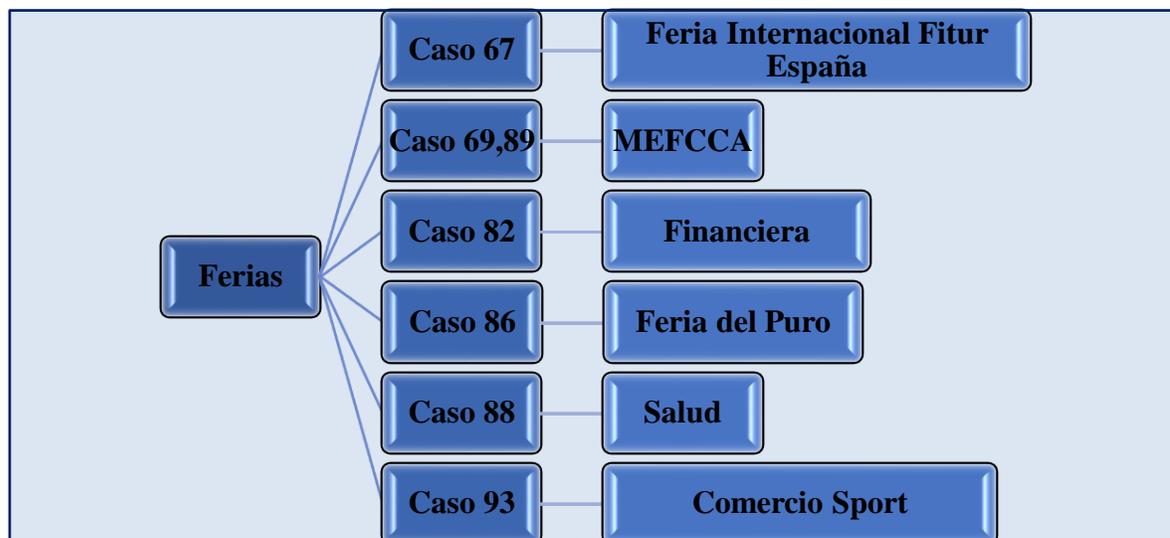


**Ilustración 41.** Participación de las MIPYME en Ferias.

*Nota: Elaboración Propia.*

La MIPYME 3 indica que en feria de Invercasa, el caso 4, 52, en ferias del Gobierno, el caso 13 indica que, en ferias Agroindustriales, el caso 27,29 coinciden en ferias por parte

de las Alcaldías, el caso 28,30,36,57, 61,64 de igual manera concuerdan que en ferias de la misma institución. El caso 38 expreso que ha participado en la feria de Expica.



**Ilustración 42.** Participación de las MIPYME en Ferias.

*Nota: Elaboración Propia.*

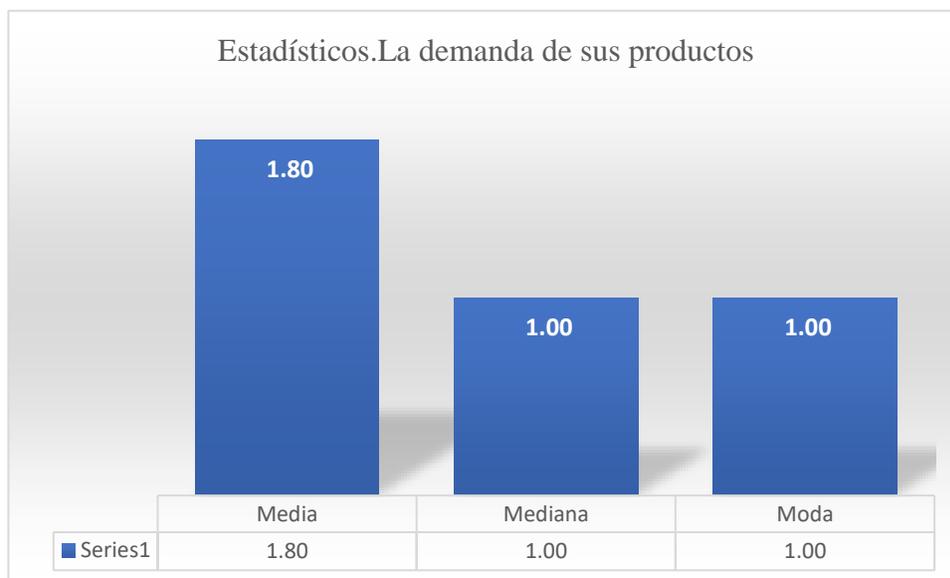
De igual manera el caso 67 que se dedica al servicio de turismo ha participado en feria internacional como lo es Fitur España, el caso 69, 84 indican que la feria que ha participado es por medio del MEFCCA, el caso 82 se dedica al sector financiero e indica que ha participado en Organismos nacionales del sector financiero, el caso 86 se dedica al sector aduanero y ha participado en feria del Puro, el caso 88 indica que su giro es servicios de salud por tanto sus feria ha sido ferias de salud en las empresas, el caso 93 indica que han estado en ferias del comercio sport.

Es así como se realiza la *pregunta 33*, para conocer la demanda de sus productos con las escalas 1: (Aumentó), 2: (Disminuyó), 3: (Sin Variación).

**Tabla 65.** Estadísticos. La demanda de sus productos

Media	1.80
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 62.** Estadísticos. La demanda de sus productos

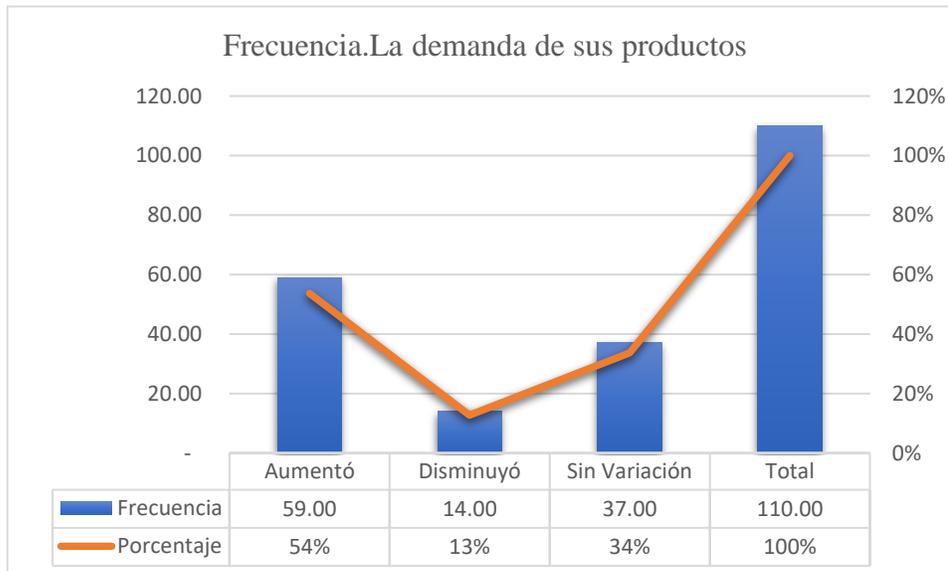
*Nota: Elaboración Propia.*

Teniendo como resultado de acuerdo con la tabla 66 y gráfico 62, una media mediana y moda con una escala de uno en este caso aumento de la demanda de los productos o servicios.

**Tabla 66.** Frecuencia. La demanda de sus productos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Aumentó	59.00	54%
Disminuyó	14.00	13%
Sin Variación	37.00	34%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 63.** Frecuencia. La demanda de sus productos

*Nota: Elaboración Propia.*

En tal sentido la tabla 67 y gráfico 63, muestra la frecuencia de la demanda de los productos o servicios en este caso 59 MIPYME equivalente a un 54% indican que han aumentado la demanda de sus productos o servicios de la misma forma 14 de ellas

correspondiente a un 13% indicaron que su demanda ha disminuido. Así mismo 37 equivalente a un 34% indican que su demanda no ha tenido ninguna variación.

Así mismo se realizó la *pregunta 34*, donde se consulta cómo está el número de proveedores de su negocio dándoles las escalas 1: (Aumentó), 2: (Disminuyó), 3: (Sin Variación).

**Tabla 67.** Estadístico. Número de proveedores

Media	2.00
Mediana	2.00
Moda	3.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 64.** Estadístico. Número de proveedores



*Nota: Elaboración Propia.*

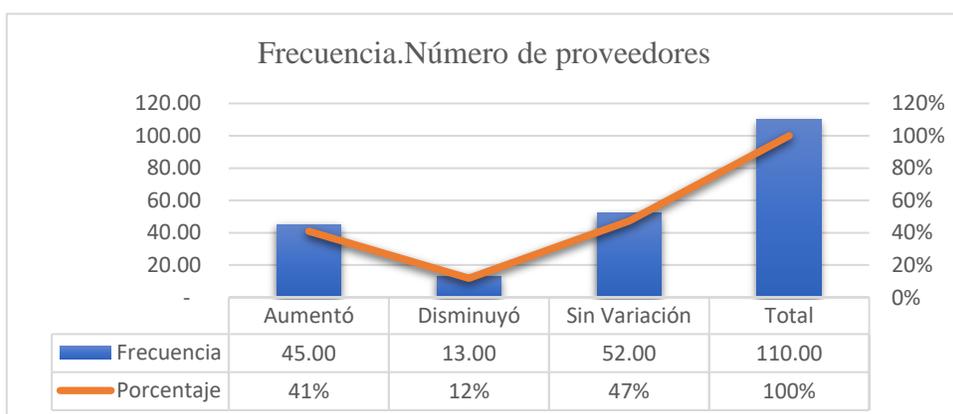
En tal sentido de acuerdo con tabla 68 y gráfico 64, se determina lo que es la media y mediana con una coincidencia de la escala número 2 equivalente a disminución de sus proveedores y una moda con la escala número 3 en este caso es sin variación.

**Tabla 68.** Frecuencia. Número de proveedores

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Aumentó	45.00	41%
Disminuyó	13.00	12%
Sin Variación	52.00	47%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 65.** Frecuencia. Número de proveedores



*Nota: Elaboración Propia.*

En el análisis de acuerdo con tabla 69 y gráfico 65, la frecuencia del número de proveedores indica que 52 MIPYME correspondiente a un 47% mencionaron que no han tenido ninguna variación de sus proveedores, es así como 45 de ellas correspondiente a un 41% indicaron que sus proveedores han aumentado, caso contrario un 12% equivalente a 13 de ellas indicaron que sus proveedores han disminuido.

A fin de conocer la variación de los competidores de las empresas se le proporcionó la *pregunta 35*, brindándoles las escalas 1: (Aumentó), 2: (Disminuyó), 3: (Sin Variación).

**Tabla 69.** Estadístico. Competidores de la empresa

Media	2.00
Mediana	2.00
Moda	3.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 66.** Estadístico. Competidores de la empresa



*Nota: Elaboración Propia.*

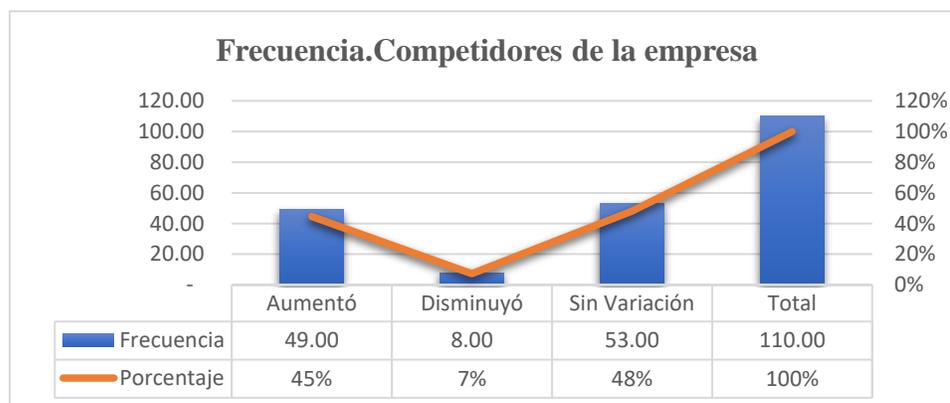
Es así como, en la tabla 70 y gráfico 66, de acuerdo con el estadístico de los competidores de la empresa coincide lo que es la media y la mediana con la escala número 2 en este caso es la disminución de sus competidores con una moda de la escala 3 que es sin variación.

**Tabla 70.** Frecuencia. Competidores de la empresa

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Aumentó	49.00	45%
Disminuyó	8.00	7%
Sin Variación	53.00	48%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 67.** Frecuencia. Competidores de la empresa



*Nota: Elaboración Propia.*

Por lo tanto, se determina la frecuencia de los competidores de las MIPYME en estudio de acuerdo con tabla 71 y gráfico 67, indican que 53 de estas equivalente a un 48% no han tenido variación, de la misma manera 49 correspondiente a un 45% indicaron que han tenido aumento de sus competidores y 8 de estas equivalente a un 7% indicaron que sus competidores han tenido disminución.

### 5.3.3 Precios

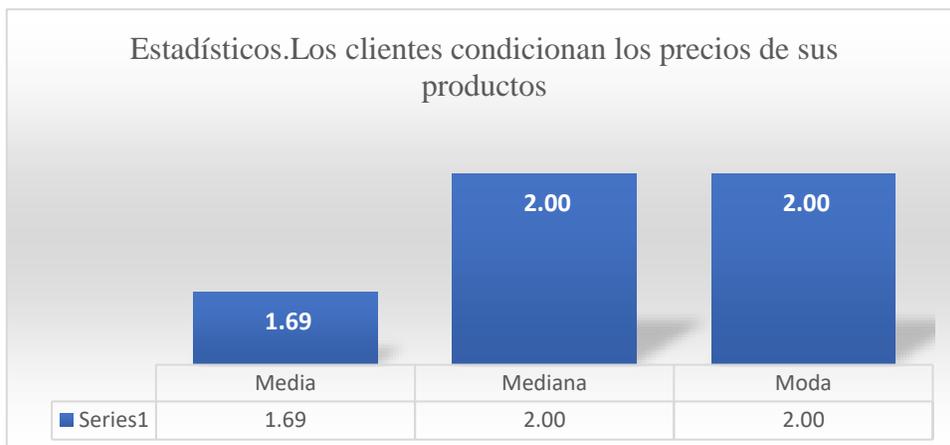
De modo similar se realiza la *pregunta 36*, el cual se consulta que si los clientes condicionan los precios de sus productos con la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 71.** Estadísticos. Los clientes condicionan los precios de sus productos

Media	1.69
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 68.** Estadísticos. Los clientes condicionan los precios de sus productos



*Nota: Elaboración Propia.*

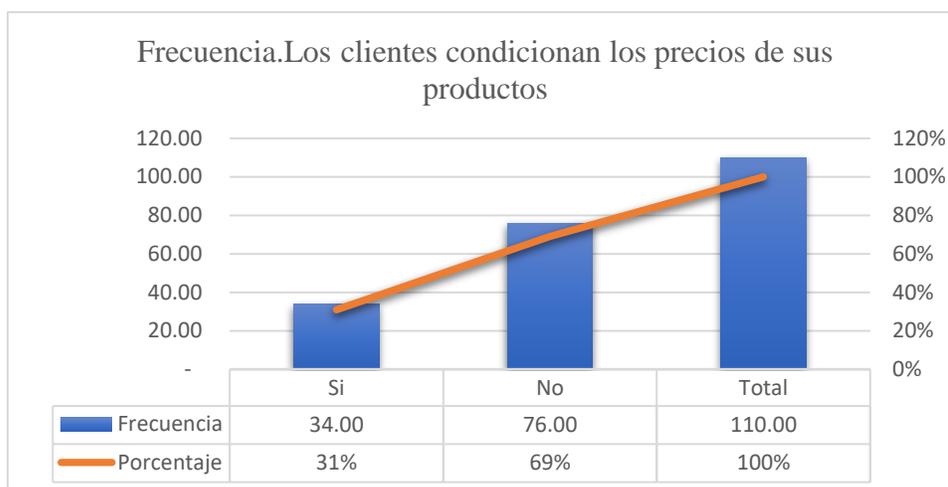
De acuerdo con la tabla 72 y gráfico 68, el estadístico de que si los clientes condicionan los precios de los productos indica una media de 1.69 y una mediana y moda con una escala de dos el cual es que no condicionan los precios de los productos.

**Tabla 72.** Frecuencia. Los clientes condicionan los precios de sus productos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	34.00	31%
No	76.00	69%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 69.** Frecuencia. Los clientes condicionan los precios de sus productos



*Nota: Elaboración Propia.*

En tal sentido la tabla 73 y gráfico 69, muestra la frecuencia de la respuesta de las MIPYME donde indican que si los clientes condicionan los precios de los productos teniendo como resultado que 76 de ellas correspondiente a un 69% mencionaron que no condicionan sus precios por lo tanto 34 de estas equivalente a un 31% indicaron que sí los clientes condicionan los precios de sus productos.

También se realiza la *pregunta 37*, dónde se consulta si toma en cuenta los precios de la competencia con la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 73.** Estadísticos. Toma en cuenta los precios de la competencia

Media	1.20
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 70.** Estadísticos. Toma en cuenta los precios de la competencia

*Nota: Elaboración Propia.*

Teniendo como resultado de acuerdo con la tabla 74 y gráfico 70, en estadístico de que si las MIPYME toman en cuenta los precios de las competencias con una media de 1.2 y una mediana y moda de uno en este caso con la escala de que si toman en cuenta los precios.

**Tabla 74.** Frecuencia. Toma en cuenta los precios de la competencia

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	85.00	77%
No	25.00	23%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 71.** Frecuencia. Toma en cuenta los precios de la competencia



*Nota: Elaboración Propia.*

Es así en la tabla 75 y gráfica 71, de acuerdo con la frecuencia de que si las MIPYME toman en cuenta los precios de la competencia 85 de estas equivalente a un 77% mencionaron que sí lo toman en cuenta caso contrario 25 correspondiente a un 23% indicaron que no toman en cuenta los precios de sus competencias.

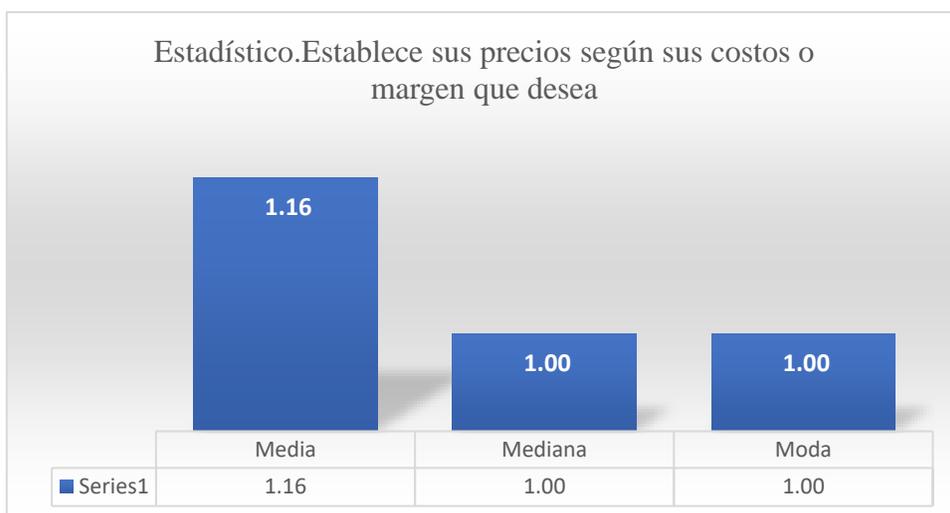
Es necesario conocer si establecen sus precios según sus costos o margen que desean por lo tanto se realizó la *pregunta 38* con la siguiente escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 75.** Estadísticos. Establece sus precios según sus costos o margen

Media	1.16
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 72.** Estadísticos. Establece sus precios según sus costos o margen



*Nota: Elaboración Propia.*

Teniendo como resultado la tabla 76 y gráfico 72, del estadístico que si las MIPYME establecen sus precios según sus costos o margen que desean coincidiendo la media mediana y moda con la escala número 1 que es que sí establecen sus precios según sus costos o margen.

**Tabla 76.** Frecuencia. Establece sus precios según sus costos o margen

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	98.00	89%
No	18.00	16%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 73.** Frecuencia. Establece sus precios según sus costos o margen



*Nota: Elaboración Propia.*

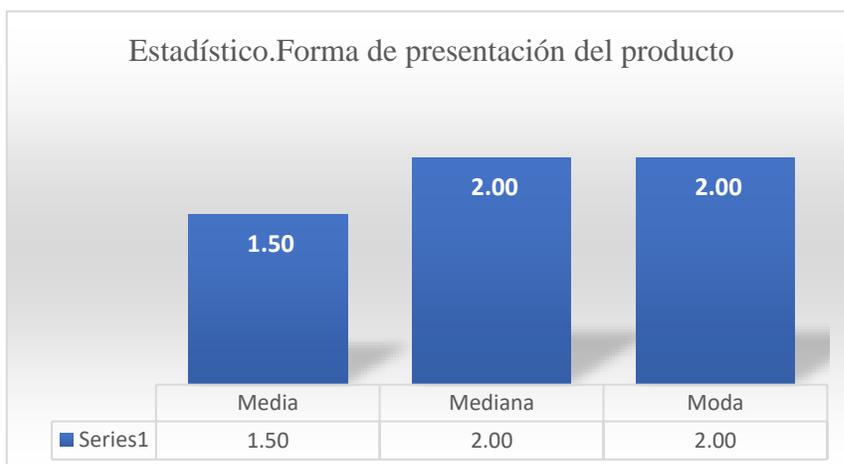
De acuerdo con la tabla 77 y gráfico 73, la frecuencia de las respuestas de las MIPYME que se establecen los precios según sus costos o margen que desean 98 de estas equivalente a un 89% indicaron que sí caso contrario 18 correspondiente a un 16% indicaron que no.

Por otra parte, se realiza la *pregunta 39*, donde se consulta cuál es la forma de presentación del producto que tienen dando la escala 1 (Con empaque), 2: (Sin empaque).

**Tabla 77.** Estadísticos. Forma de presentación del producto

Media	1.50
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 74.** Estadísticos. Forma de presentación del producto

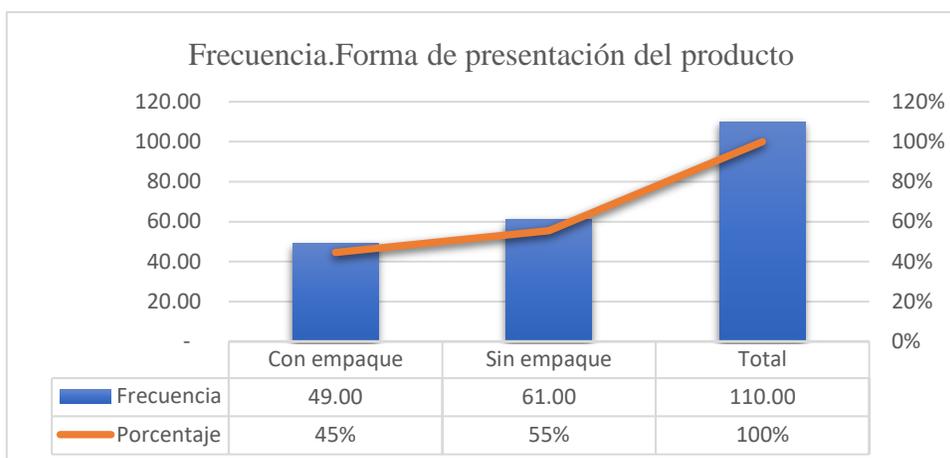
*Nota: Elaboración Propia.*

Es así como, en la tabla 78 y gráfico 74, muestra el estadístico de la forma de presentación del producto de las MIPYME en estudio teniendo una media de la escala 1.5 y una coincidencia de la mediana y moda de la escala número 2 el cual equivale a que es la presentación sin empaques.

**Tabla 78.** Frecuencia. Forma de presentación del producto

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Con empaque	49.00	45%
Sin empaque	61.00	55%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 75.** Frecuencia. Forma de presentación del producto

*Nota: Elaboración Propia.*

Por tanto, la tabla 79 y gráfico 75, muestra lo que es la frecuencia de las respuestas correspondiente a la forma de presentación del producto, donde 61 de estas equivalente a un 55% indicaron que no tienen ningún tipo de empaque para la presentación del producto en correspondencia 49 de ellas equivalente a un 45% indicaron que sí tienen empaques para presentar el producto.

Continuando con el análisis de la *pregunta 40*, del Anexo D, ilustración 43, donde se les consulto el factor que les ayudarían a aumentar sus ventas, el cual el análisis se dividió en áreas de conocimiento para un mejor análisis, por fines de lógica pedagógica y jerárquico se postulan en orden partiendo de la base administrativa luego lo contable para dar a conocer lo económico y finalmente el mercado, el argumento implícito en esa línea de pensamiento es de organizar administrativamente luego el aspecto contable para considerar lo económico y posterior lo comercial, se analiza y argumenta que todos estos procesos son integrales.



*Ilustración 43. Factores para aumento de las ventas.*

*Nota: Elaboración Propia.*

- **Administrativo:** Las MIPYME expresan dentro de los factores que les ayudaría a aumentar sus ventas son el dedicarle más tiempo, 3 casos coinciden con capacitación de capital humano, gestión de cobro, 2 casos coinciden con tener un lugar establecido, Infraestructura, mejor atención al cliente, un caso menciona ampliar la línea de productos a más yogures y otros productos lácteos, constar con más productos, buen servicio, mayor control, mayor distribución, un local, en el mismo sentido 2 empresas coinciden con conocer más a la empresa, posición geográfica, 2 casos coinciden con ampliación de local y seguridad en el entorno, aumento la población empleada, mejor

manejo de la inversión, más personal, calidad del producto, certificación internacional, innovación y tecnología.

- **Contable:** Dentro de los factores que los casos consideran que les ayudaría a aumentar sus ventas son el valor agregado, la disminución de costos, así como diversificar el inventario, aumento de salarios, los precios, una mejor rotación de inventario un mayor abastecimiento de inventario, mayor inversión, un buen manejo de los costos, llevar el control del capital, mejorar los procesos, también controlar el margen de inversión con respecto a la rentabilidad.
- **Económico:** Indican precios estables, 2 casos coinciden con liquidez, de igual manera 2 casos mencionaron más inversión, en el mismo sentido también coinciden 2 casos con el tema de financiamiento, crecimiento económico, factor social, bajar los precios, precio del combustible.
- **Mercadeo:** En el análisis 42 casos coincidieron con que el marketing les ayudaría a aumentar las ventas, de igual manera mencionaron la web, encontrar la manera de las navieras no cobraran el bunker, aumentar el mercado, así como una mejor presentación del producto, mejores precios, ofertas, crecimiento en la cartera de clientes, de igual manera mencionan incursionar en nuevos mercados, mayor habilidad técnica en los colaboradores, calidad en assets digitales para los clientes, fidelizarlos y buscar nuevos clientes, otro caso mencionó la captación de clientes con altos ingresos y sin endeudamiento así como también la repuesta más rápida y efectivas a los clientes y su seguimiento durante todo el proceso de ventas, otro caso expreso el acceso a nuevos mercados para ello se requiere mayor cantidad para poder

ser proveedor, continuando con publicidad en redes sociales, así como mayor presencia en el país, calidad del producto o servicio.

En el mismo orden de ideas se realiza la *pregunta 41*, dónde se consulta si realizan planes de producción por escrito brindándole la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 79.** Estadístico. Realizan planes de producción por escrito

Media	1.50
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 76.** Estadístico. Realizan planes de producción por escrito



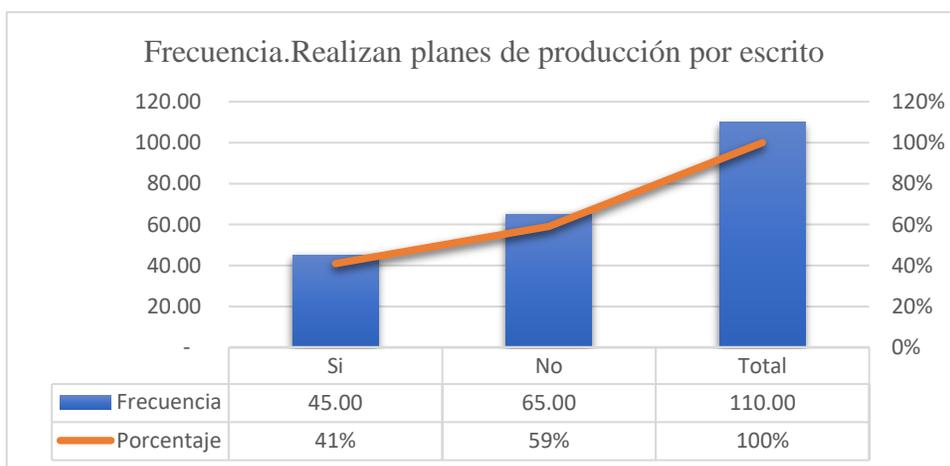
*Nota: Elaboración Propia.*

Por tal razón la tabla 80 y gráfico 76, muestra los estadísticos de las MIPYME que realizan planes de producción por escrito teniendo una media de 1.5 y una mediana y moda de 2 equivalente a que no realizan planes de producción por escrito.

**Tabla 80.** Frecuencia. Realizan planes de producción por escrito

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	45.00	41%
No	65.00	59%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 77.** Frecuencia. Realizan planes de producción por escrito

*Nota: Elaboración Propia.*

Es así como la tabla 81 y gráfico 77, indican la frecuencia de las respuestas por parte de las MIPYME, dónde 65 equivalente a un 59% mencionan que no realizan planes de producción por escrito y 45 de ellas correspondiente a un 41% mencionan que sí realizan planes de producción por escrito.

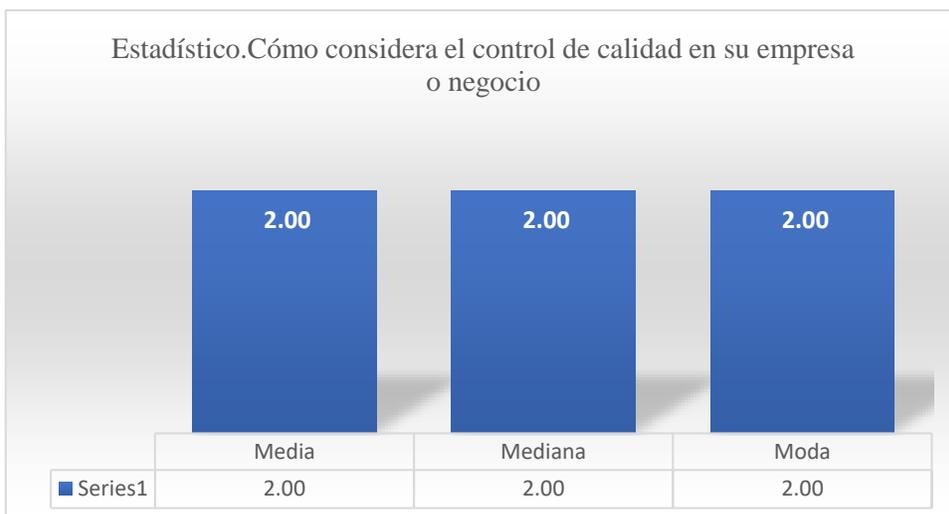
De igual forma se realiza la consulta de cómo consideran el control de calidad de su empresa o negocio por medio de la *pregunta 42*, con la siguiente escala 1: (Excelente), 2: (Muy bueno), 3: (Bueno), 4: (Deficiente).

**Tabla 81.** Estadístico. *Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio*

Media	2.00
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 78.** Estadístico. *Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio*



*Nota: Elaboración Propia.*

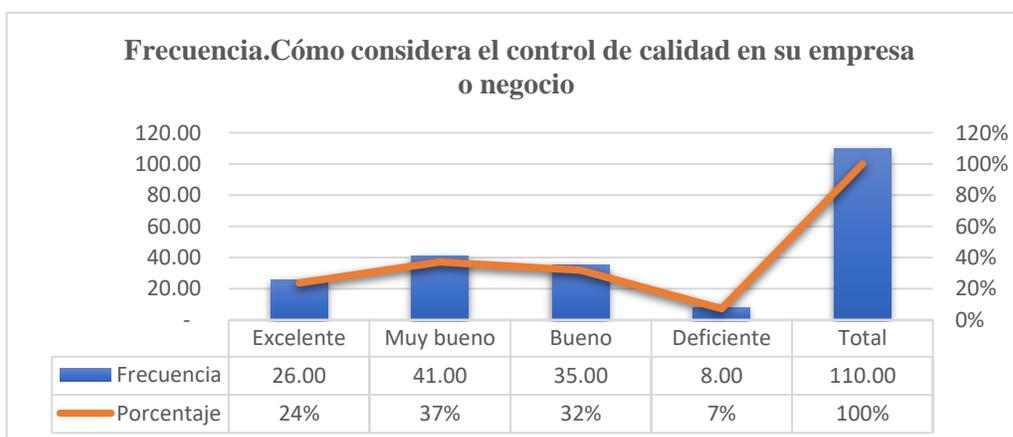
Con base en la tabla 82 y gráfico 78, según el estadístico de cómo consideran el control de calidad de la empresa o negocio de las MIPYME en estudio se tiene una coincidencia de la media, mediana y moda de la escala número 2 el cual es muy bueno.

**Tabla 82.** Frecuencia. *Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	26.00	24%
Muy bueno	41.00	37%
Bueno	35.00	32%
Deficiente	8.00	7%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 79.** Frecuencia. *Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio*



*Nota: Elaboración Propia.*

Con base a la tabla 83 y gráfico 79, la frecuencia de las respuestas según MIPYME de cómo consideran el control de calidad de sus empresas o negocios por lo que 41 equivalente a un 37% indican que lo consideran muy bueno, así también 35 correspondiente a un 32% lo consideran bueno, de la misma forma 26 de ellas equivalente a un 24% indican que es excelente, cabe mencionar que 8 MIPYME correspondiente a un 7% consideran el control de calidad deficiente.

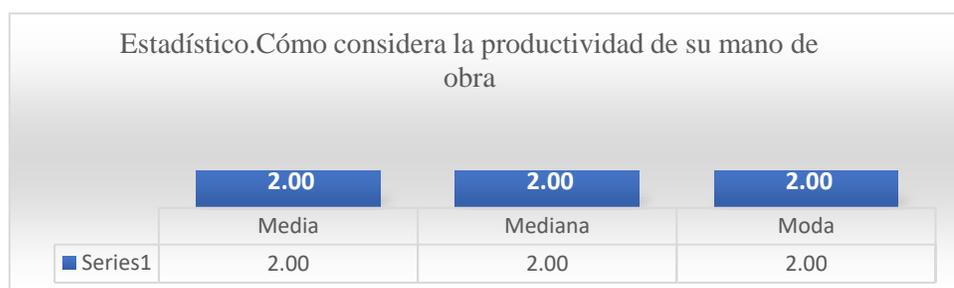
Por otra parte, se realiza la *pregunta 43*, a las MIPYME el cual se consulta como consideran la productividad de su mano de obra mediante la escala 1: (Excelente), 2: (Muy bueno), 3: (Bueno), 4: (Deficiente).

**Tabla 83.** Estadístico. *Cómo considera la productividad de su mano de obra*

Media	2.00
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 80.** Estadístico. *Cómo considera la productividad de su mano de obra*



*Nota: Elaboración Propia.*

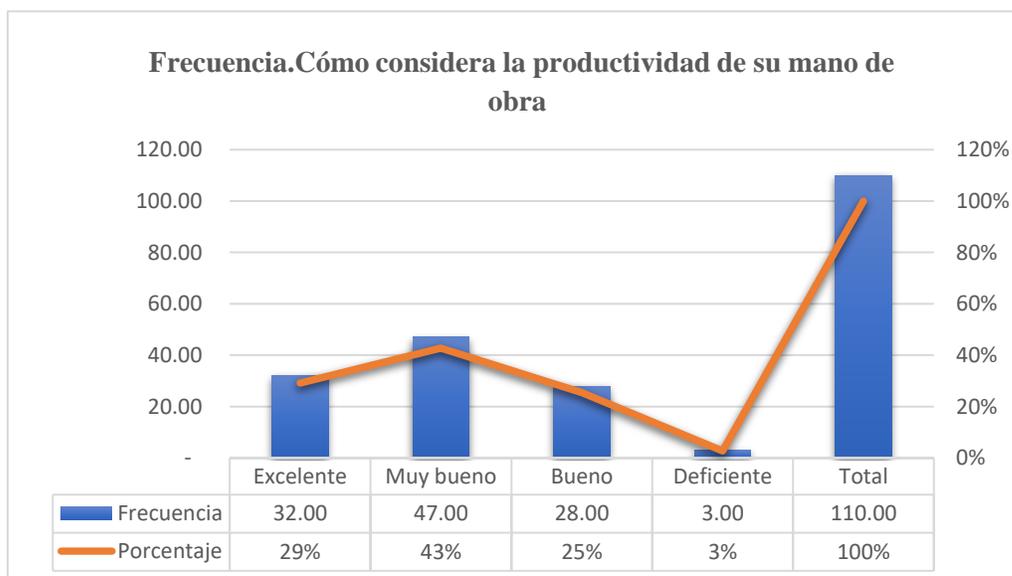
De acuerdo con el análisis de la productividad de la mano de obra de las MIPYME se tiene la tabla 84 y gráfico 80, del estadístico con una media, mediana y moda coincidente con la escala número 2 el cual es muy bueno.

**Tabla 84.** Frecuencia. *Cómo considera la productividad de su mano de obra*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	32.00	29%
Muy bueno	47.00	43%
Bueno	28.00	25%
Deficiente	3.00	3%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

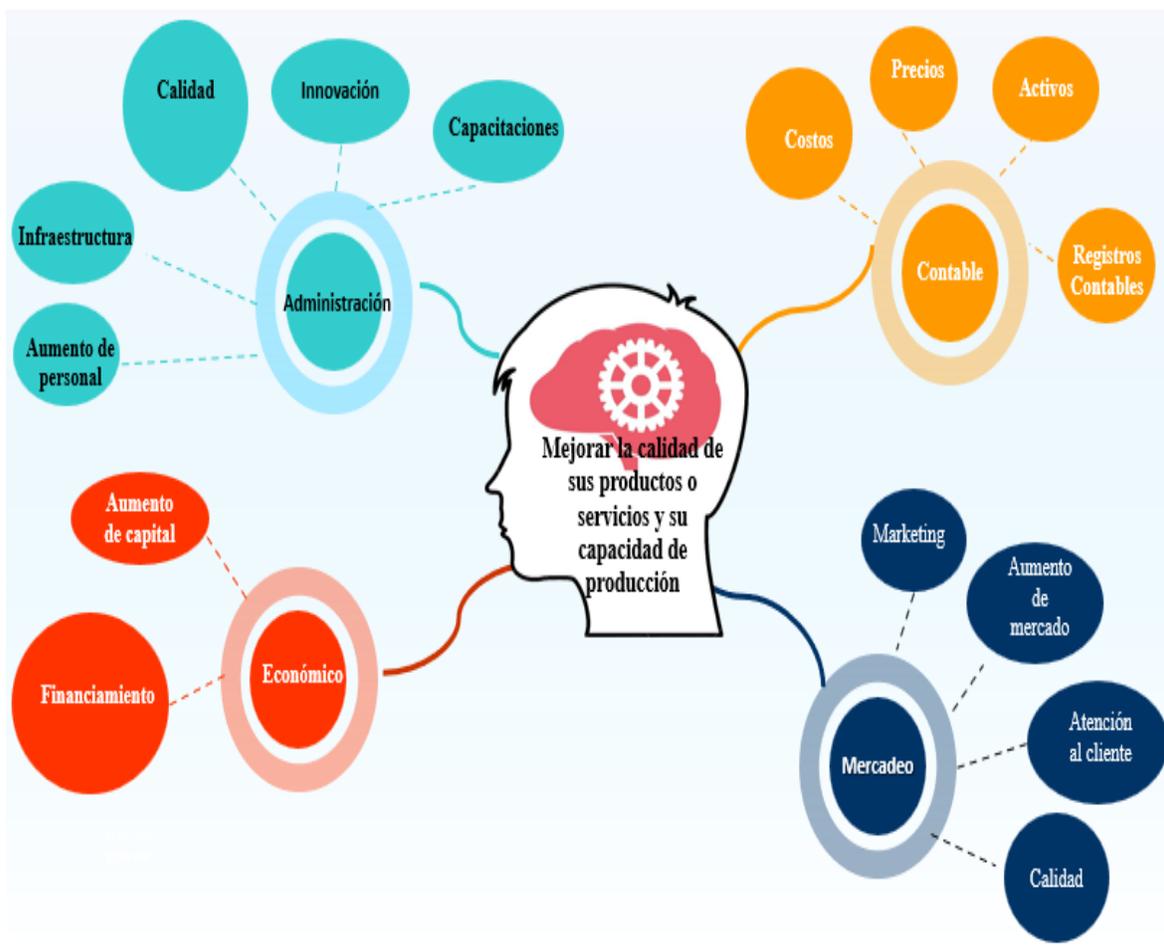
**Gráfico 81.** Frecuencia. Cómo considera la productividad de su mano de obra



*Nota: Elaboración Propia.*

Es así como, en el análisis de la tabla 85 y gráfico 81, la frecuencia de las MIPYME de cómo consideran la productividad de su mano de obra, 47 de ellas correspondiente a un 43%, lo consideran muy bueno, seguidamente de 32 equivalente a un 29% lo consideran excelente, así mismo 28 correspondiente a un 25% la consideran bueno y tres de ellas el cual corresponde a un 3% indican la mano de obra deficiente.

De acuerdo con la *pregunta 44*, según encuesta Anexo D, donde se consultó a las MIPYME que consideran que les hace falta para mejorar la calidad de sus productos o servicios y su capacidad de producción el cual el análisis se dividió en áreas de conocimiento para un mejor análisis, se resumen en la ilustración 44.



*Ilustración 44.* Factores para mejorar la calidad de productos o servicios.

*Nota:* Elaboración Propia.

- **Administración.**

En este mismo sentido las MIPYME consideran que deben de mejorar su calidad del producto o servicios generar más valor agregado así como dedicarle tiempo, 3 casos indican tener local de igual manera 3 casos menciona en expansión del local así como modernizar e invertir en infraestructura, 26 casos coinciden en brindar capacitaciones al personal, es así que 2 casos mencionan el incentivo al personal, también el aumento de personal, 2 casos indican la mejora de la organización, continuando 2 casos hablan de

modernización e innovación empresarial, 3 casos expresan que la calidad sea estandarizada, un caso indica asistencia técnica por parte de instituciones como IPSA, INTA, de igual manera indican mayor supervisión en los puntos claves de producción, como la gestión operativa es por ello que expresan procesos más amigable para reducir el riesgo con respecto al tiempo de espera de resultados y capacidad de respuesta frente a imprevisto.

- **Contable.**

Continuando las MIPYME expresan que consideran para mejorar su calidad del producto o servicio de dotar de herramientas al personal, 6 casos expresan mayor capacidad de producción, 3 casos coinciden con disminución de costos de venta, 8 casos mencionan inversión de activos, 4 casos indican disminución de los precios de adquisiciones, otros un control y sistema contable electrónico, dentro de ello mencionan capacitación en conocimientos contables.

- **Económico.**

De acuerdo con las MIPYME en estudio estas coinciden en que 5 casos expresan requerimiento de financiamiento, 4 casos indican aumento de capital.

- **Mercadeo.**

En las consideraciones para una mejora de la calidad de productos o servicios ofrecidos por las MIPYME en estudio, 13 casos mencionan aumentar su marketing, 2 casos mencionan oportunidad de mercado, 4 casos indican mejorar el seguimiento al cliente durante todo el proceso de venta y acelerar los tiempos de respuesta de igual manera brindar un buen servicio.

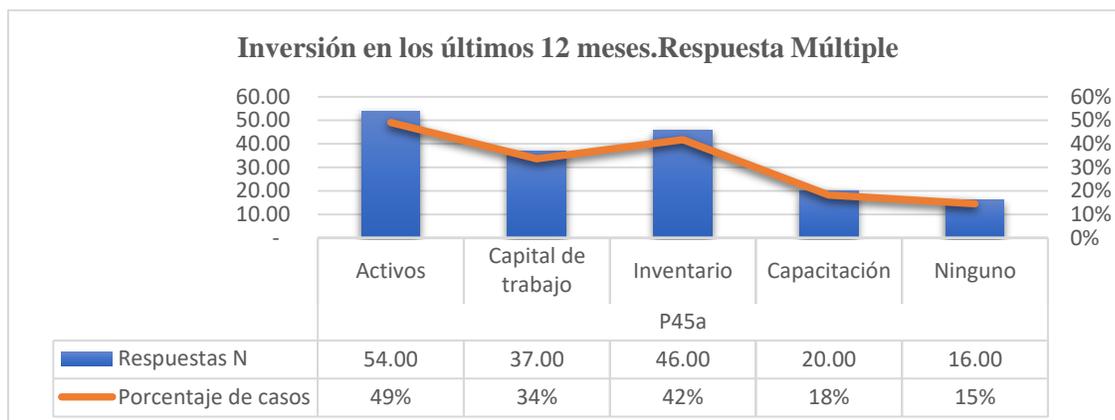
Por otra parte, se realiza la *pregunta 45*, donde se indican a las MIPYME que tienen *opciones múltiples* y cuál la consulta es si en los últimos 12 meses Qué tipo de inversiones han realizado a través de la escala 1: (Activos), 2: (Capital de trabajo), 3: (Inventario), 4: (Capacitación), 5: (Ninguno).

**Tabla 85.** *Inversión en los últimos 12 meses. Respuesta Múltiple*

**\$P45 frecuencias**

Escalas		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P45 <sup>a</sup>	Activos	54.00	49%
	Capital de trabajo	37.00	34%
	Inventario	46.00	42%
	Capacitación	20.00	18%
	Ninguno	16.00	15%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 82. Inversión en los últimos 12 meses. Respuesta Múltiple**

*Nota: Elaboración Propia.*

Con respecto a la tabla 86 y gráfico 82, 54 respuestas correspondiente a 49% indican que la inversión que han realizado han sido en los activos, seguido de 46 equivalente a un 42% mencionaron que han realizado también inversión en sus inventarios, así mismo 37 de ellas equivalente a un 34% mencionaron que han realizado inversión en su capital de trabajo, también hubieron 20 de ellas con un 18% que han realizado inversión en capacitación de su personal, cabe mencionar también que 16 MIPYME equivalente a un 15% indicaron que no han realizado ningún tipo de inversión en los últimos 12 meses.

### 5.3.4 Información de crédito

Con respecto a la información del crédito se realiza la consulta de acuerdo con la pregunta 46 si las MIPYME han recibido créditos en el último año con la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 86.** Estadístico. Ha recibido Crédito en el último año

Media	1.50
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 83.** Estadístico. Ha recibido Crédito en el último año

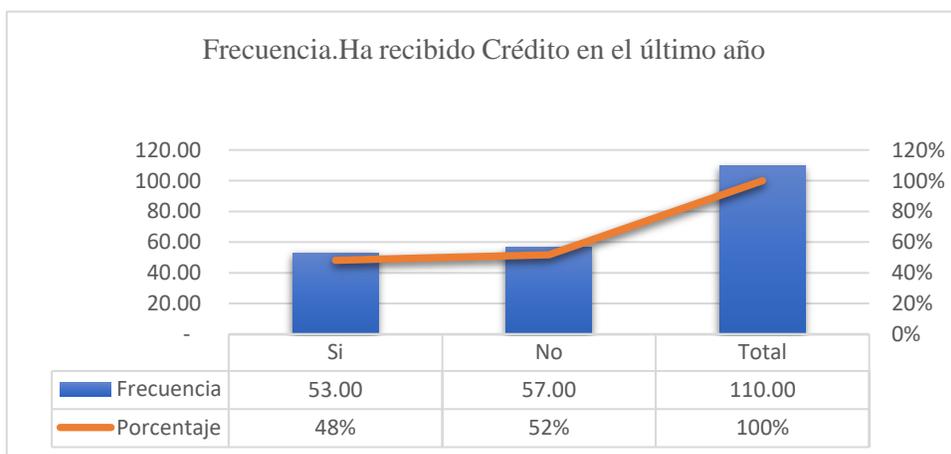
*Nota: Elaboración Propia.*

De acuerdo con la tabla 87 y gráfico 83, el estadístico de que si las MIPYME han recibido crédito en el último año coinciden la mediana y la moda con la escala número 2 el cual es que no han recibido crédito en el último año.

**Tabla 87.** Frecuencia. Ha recibido Crédito en el último año

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	53.00	48%
No	57.00	52%
Total	110.00	100%

Nota: Elaboración Propia.

**Gráfico 84.** Frecuencia. Ha recibido Crédito en el último año

Nota: Elaboración Propia.

En tal sentido la tabla 88 y gráfico 84, muestra la frecuencia de las respuestas por parte de las MIPYME dónde indican si han recibido crédito en el último año el cual 57 de ellas correspondiente a un 52% no han recibido crédito y 53 equivalente a un 48% indican que sí han recibido crédito en el último año.

De otro modo Se consulta a las MIPYME de acuerdo con la *pregunta 47*, si tienen crédito en este momento de acuerdo con la siguiente escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 88.** Estadístico. Tiene Crédito en este momento

Media	1.50
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 85.** Estadístico. Tiene Crédito en este momento



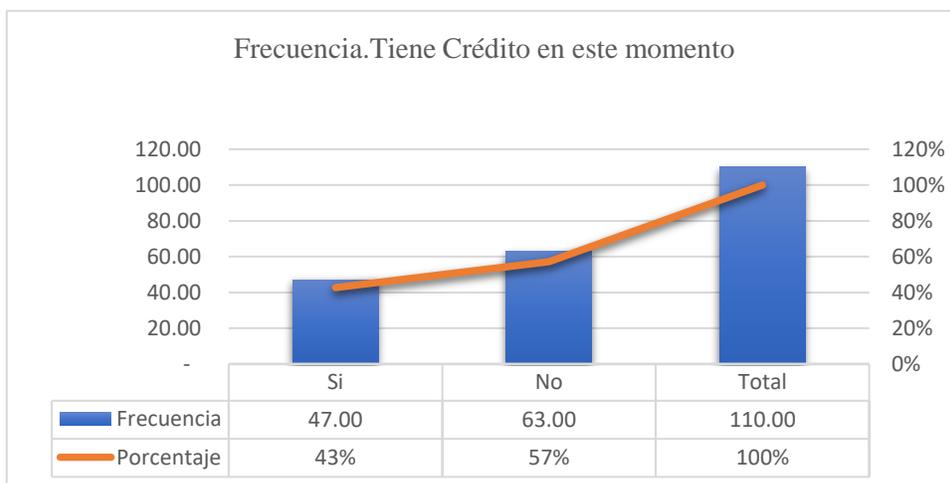
*Nota: Elaboración Propia.*

Por lo tanto, se determina la media mediana y moda de acuerdo con la tabla 89 y gráfico 85, con una coincidencia de la mediana y la moda en la escala número 2 que corresponde a que no tienen crédito en este momento.

**Tabla 89.** Frecuencia. Tiene Crédito en este momento

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	47.00	43%
No	63.00	57%
Total	110.00	100%

Nota: *Elaboración Propia.*

**Gráfico 86.** Frecuencia. Tiene Crédito en este momento

Nota: *Elaboración Propia.*

Con relación a la tabla 90 y gráfico 86, se determina la frecuencia de que, si las MIPYME tienen crédito en este momento, el cual 63 de estas equivalente a un 57% respondieron que no tienen crédito. Por lo tanto 47 de ellas correspondiente al 43% mencionaron que actualmente sí tienen crédito.

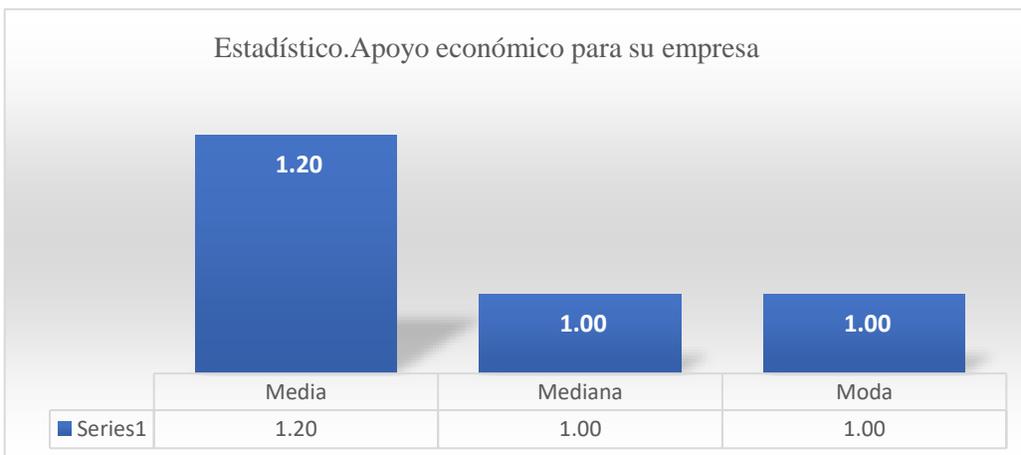
En tal sentido se realiza la *pregunta 48*, el cual se consulta de quién obtienen apoyo económico para su negocio presentándoles las escalas 1: (Capital propio), 2: (Socios).

**Tabla 90.** Estadístico. Apoyo económico para su empresa

Media	1.20
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 87.** Estadístico. Apoyo económico para su empresa



*Nota: Elaboración Propia.*

Se puede señalar en la tabla 91 y gráfico 87, el estadístico del apoyo económico que reciben las MIPYME teniendo una media mediana y moda coincidentes con la escala número uno el cual indica el capital propio.

**Tabla 91.** *Tabla. Frecuencia. Apoyo económico para su empresa*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Capital Propio	79.00	72%
Socios	31.00	28%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 88.** *Frecuencia. Apoyo económico para su empresa*

*Nota: Elaboración Propia.*

En ese mismo sentido la tabla 92 y gráfico 88, señalan la frecuencia del apoyo económico que han tenido las MIPYME para su empresa teniendo como resultado que 79 de ellas correspondiente a un 72% mencionan que ha sido por medio de su capital propio

y 31 de ellas equivalente a un 28% indican que reciben apoyo económico por medio de sus socios para el funcionamiento de la empresa.

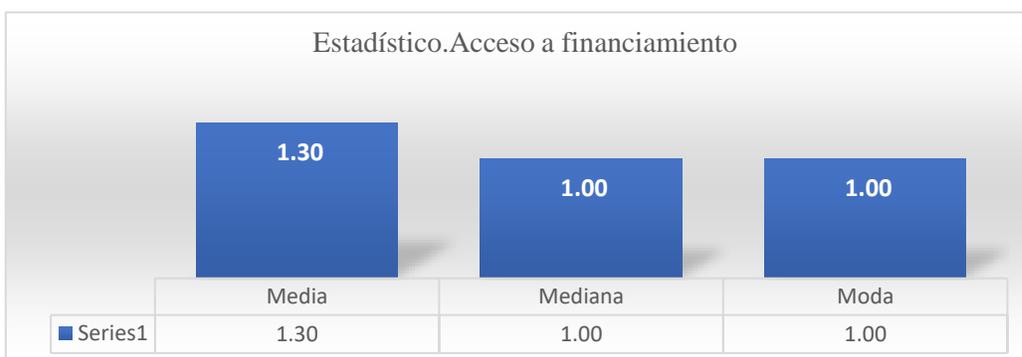
También se les consultó a estas por medio de la *pregunta 49*, de acuerdo con el anexo número 4, a que opciones tiene acceso al financiamiento brindándoles la siguiente escala 1: (Bancos), 2: (Financieras), 3: (Prestamistas).

**Tabla 92.** Estadístico. Acceso a financiamiento

Media	1.30
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 89.** Estadístico. Acceso a financiamiento



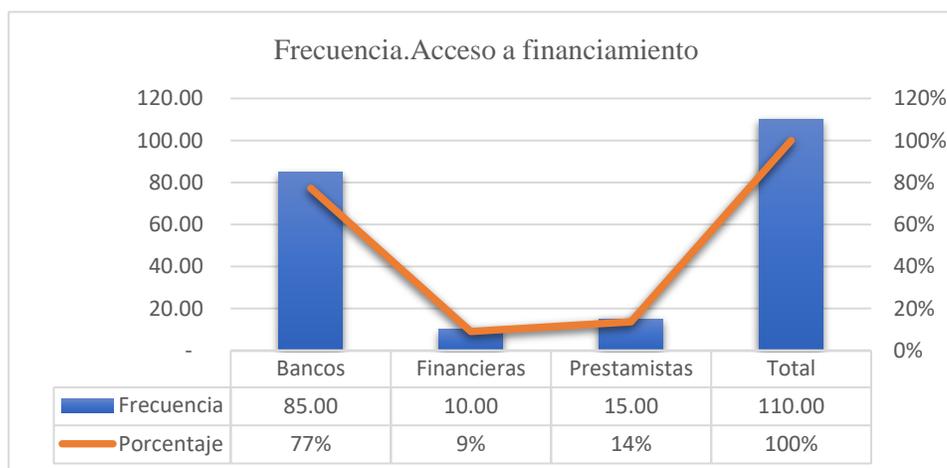
*Nota: Elaboración Propia.*

De acuerdo con la tabla 93 y gráfico 89, el estadístico del acceso al financiamiento de las MIPYME se obtiene una media mediana y moda con la escala uno en este caso los bancos.

**Tabla 93.** Frecuencia. Acceso a financiamiento

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bancos	85.00	77%
Financieras	10.00	9%
Prestamistas	15.00	14%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 90.** Frecuencia. Acceso a financiamiento

*Nota: Elaboración Propia.*

Es así la frecuencia del acceso al financiamiento de las MIPYME en estudio por medio de la tabla 94 y gráfico 90, se logra observar que 85 de estas correspondiente al 77% tienen acceso de financiamiento por medio de los bancos de la misma manera 10 empresas

correspondiente a un 9% dicen que su acceso al financiamiento es por medio de las financieras es importante señalar también que 15 de estas MIPYME equivalente a un 14% solamente tienen acceso al financiamiento por medio de prestamistas por lo tanto estos pagan mayores porcentajes de financiamiento. Se puede señalar que es una desventaja para estas por no tener formalizado sus emprendimientos.

De la misma manera se analiza el cruce de dos preguntas en este caso la pregunta 8 con la pregunta 49, donde se les consultó las debilidades empresariales por lo que 23 MIPYME respondieron que es el acceso al financiamiento por lo que se afirma en esta pregunta con 25 empresas que tienen solamente acceso al financiamiento en financieras y prestamistas.

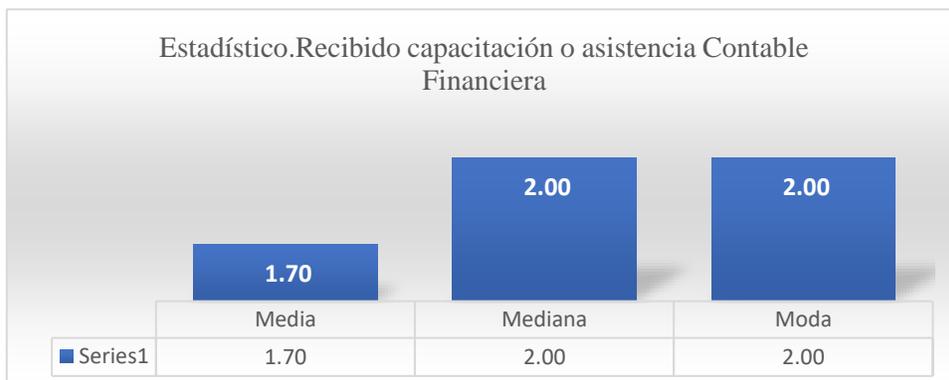
Se puede señalar que se le ha consultado a las MIPYME por medio de la *pregunta 50*, que si estos han recibido capacitación o asistencia contable financiera por medio de la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 94.** Estadístico. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera

Media	1.70
Mediana	2.00
Moda	2.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 91.** Estadístico. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera



*Nota: Elaboración Propia.*

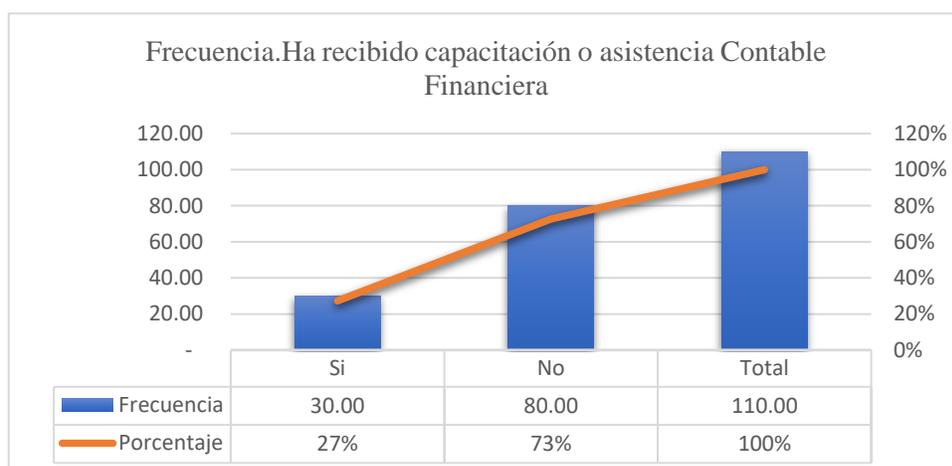
Para dar respuesta a la pregunta de acuerdo con la tabla 95 y gráfico 91, se puede observar la media de 1.70 y la coincidencia con la mediana y la moda en la escala número 2 correspondiente a que no han recibido capacitación o asistencia contable financiera.

**Tabla 95.** Frecuencia. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	30.00	27%
No	80.00	73%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

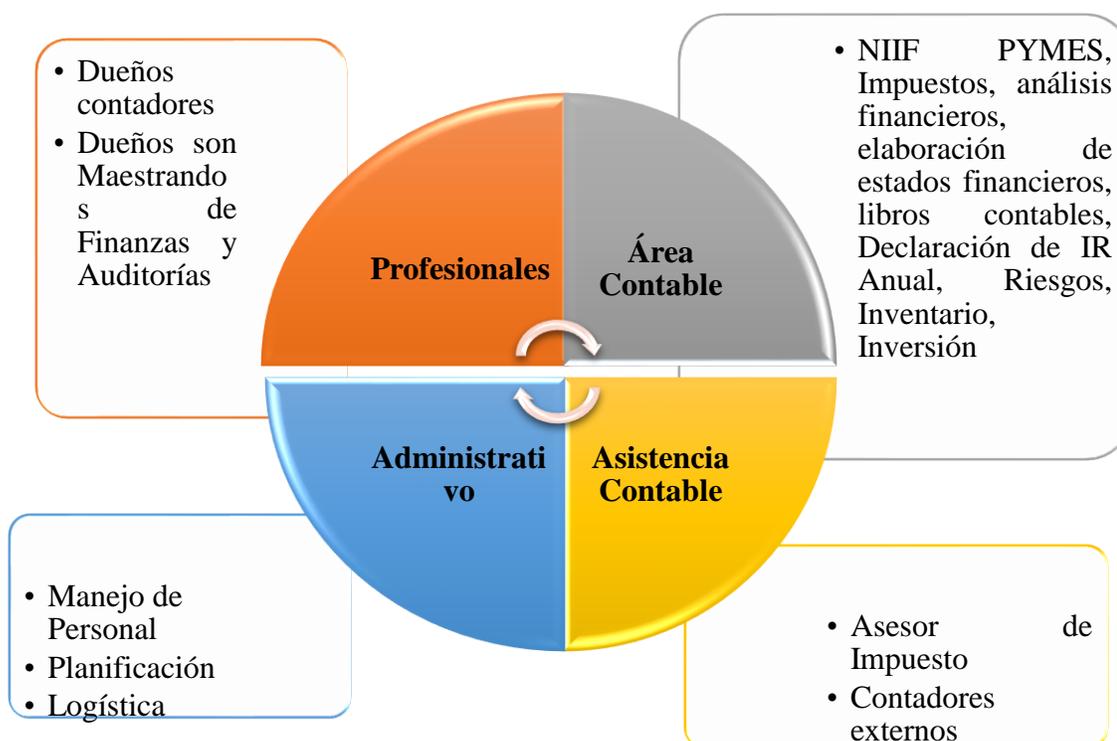
**Gráfico 92.** Frecuencia. Recibido capacitación o asistencia Contable Financiera



*Nota: Elaboración Propia.*

Por ello se realiza la frecuencia del resultado de las MIPYME que han recibido capacitación o asistencia contable financiera mediante la tabla 96 y gráfico 92, dando como resultado que 80 de estas correspondiente al 73% mencionan que no han recibido capacitación o asistencia contable financiera por otro lado 30 de las mismas equivalente a un 27% indicaron que sí han recibido capacitación o asistencia contable financiera.

En la *pregunta 50* del cuestionario de encuesta de acuerdo con el Anexo D, donde se le consultó a las MIPYME si han recibido capacitación o asistencia Contable Financiera, por lo que se les proporciono las escala: 1: (Si), 2: (No), el cual esta pregunta está vinculada con la *pregunta 50.1* donde, si la respuesta es positiva se le solicito a la MIPYME que mencionara tipo y tema de capacitación. Por lo que a continuación se mencionan las respuestas brindadas por las MIPYME que han recibido capacitación o asistencia contable, según resumen de Ilustración 45.



**Ilustración 45.** Capacitación o asistencia Contable Financiera

*Nota: Elaboración Propia*

En el análisis se puede identificar MIPYME que tienen personal capacitado en el área contable dentro de ellos se menciona: Dueños de la empresa son contadores, en estos 3 casos indican que son Maestrandos en finanzas, 4 casos indican capacitación contable, del mismo modo indican personal capacitado en firma de auditoría.

En la misma pregunta se identifican capacitaciones en temas específicos del área contable como: Capacitación en NIIF, Impuestos, análisis financieros, elaboración de estados financieros, mejoramiento en presentación de resultados contables de la empresa para toma de decisiones financieras, en este sentido las MIPYME coinciden en 2 casos con capacitación en declaración del Impuesto sobre la Renta, así mismo en sistema contable e impuestos, manejo de efectivo, elaboración de Estados Financieros y llenado de libros contables, manejo

de capital, dentro del mismo 2 MIPYME expresan capacitación en riesgo, inventario, decisiones de inversión, capacitación en planificaciones y escalas de urgencias dentro de la planeación, capacitación en logística, selección de personal. Un caso indica que recibe asistencia contable a través de un asesor en materia de impuestos.

Por tal motivo se realiza la *pregunta 51*, de la encuesta de acuerdo con el Anexo D, dónde se consulta en qué aspectos de su actividad económica necesitaría en capacitación o asistencia contable financiera dando como resultado la respuesta de *opción múltiple*, proporcionando la escala 1: (Contabilidad Financiera), 2: (Costos), 3: (Punto de Equilibrios), 4: (Auditoría), 5: (Otros).

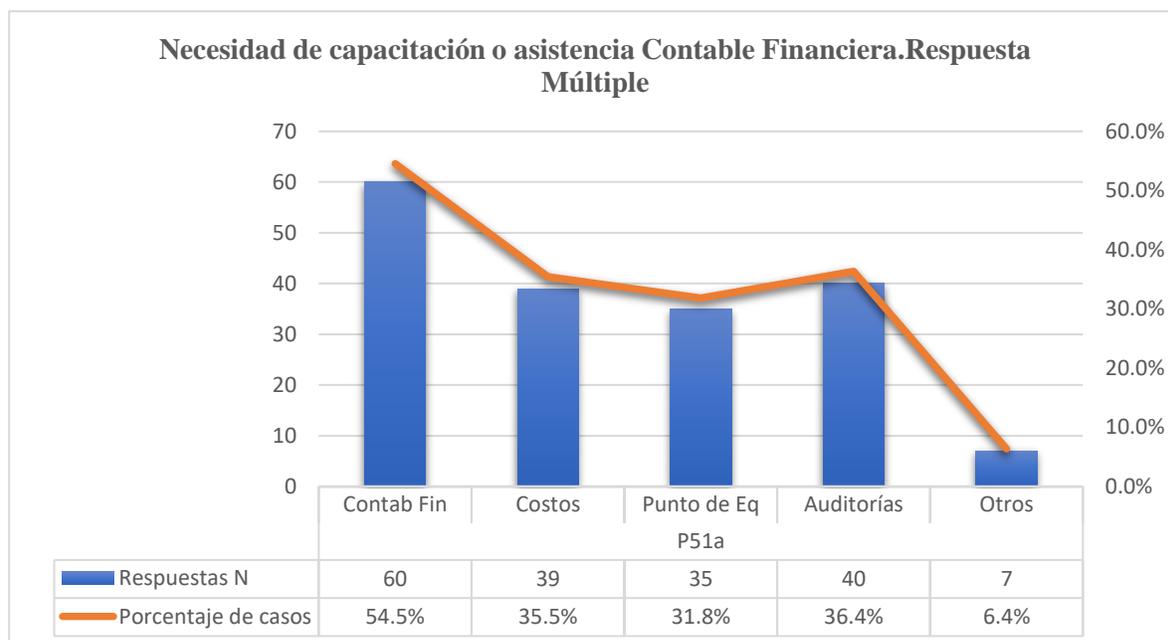
**Tabla 96.** Necesidad de capacitación o asistencia. Respuesta Múltiple

**\$P51 frecuencias**

Escala		Respuestas	Porcentaje de casos
		N	
P51 <sup>a</sup>	Contab Fin	60	54.5%
	Costos	39	35.5%
	Punto de Eq	35	31.8%
	Auditorías	40	36.4%
	Otros	7	6.4%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 93. Necesidad de capacitación o asistencia. Respuesta Múltiple**



*Nota: Elaboración Propia.*

Por consiguiente, en la tabla 97 y gráfico 93, muestra la frecuencia de las respuestas múltiples que respondieron las MIPYME en estudios sobre la necesidad de capacitación o asistencia contable financiera dando como respuestas 60 de ellas necesitan capacitación o asistencia en contabilidad financiera correspondiente al 55%, de la misma manera mencionaron 39 respuestas equivalente al 36% con la necesidad de capacitación sobre costos. Así también hay 35 respuestas con un 32% que ven la necesidad de capacitación o asistencia contable bajo el enfoque de punto de equilibrio, de la misma manera 40 respuestas correspondiente al 36% indicaron que necesitan capacitación sobre auditorías, también se menciona la opción de otro tipo de capacitación o asistencia el cual tuvo 7 respuestas con un porcentaje de 7%.

Cabe destacar que se le hace la consulta a las MIPYME si tienen personal que les lleve controles contables mediante la *pregunta 52*, del Anexo D, el cual se les proporciona la escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 97.** Estadístico. Tiene personal que le lleve controles contables

Media	1.40
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 94.** Estadístico. Tiene personal que le lleve controles contables



*Nota: Elaboración Propia.*

De acuerdo con la tabla 98 y gráfico 94, se determine el estadístico mediante la media mediana y moda con una concordancia de la escala 1 el cual indica que sí tienen personal que les lleve controles contables.

**Tabla 98.** Frecuencia. Tiene personal que le lleve controles contables.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	67.00	61%
No	43.00	39%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 95.** Frecuencia. Tiene personal que le lleve controles contables

*Nota: Elaboración Propia.*

En ese mismo sentido de acuerdo con la tabla 99 y gráfico 95, se analiza la frecuencia de las respuestas que proporcionaron las MIPYME dónde indican que 67 de ellas correspondiente al 61% tienen personal que le lleven controles contables así mismo 43 de

ellas equivalente a un 39%, mencionan que no tienen personal que le lleven sus registros contables.

Seguidamente de acuerdo con la *pregunta 53*, donde se les consulta si estarían dispuestos a recibir asistencia en el área contable administrativa y económica para asumible mediante las siguientes escalas 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 99.** Estadístico. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica.

Media	1.20
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 96.** Estadístico. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica.



*Nota: Elaboración Propia.*

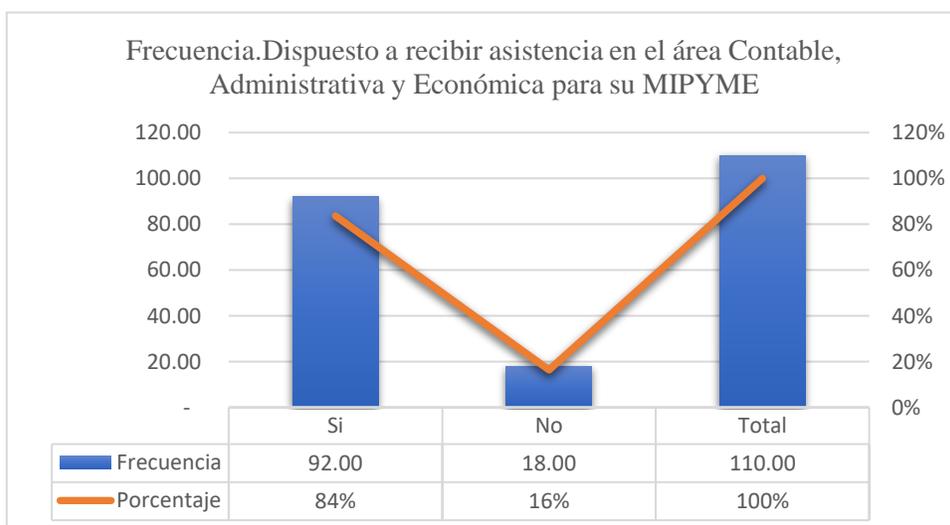
Así mismo por medio de la tabla 100 y gráfico 96, el estadístico de la media mediana y moda coinciden con la escala número uno en este caso es que las MIPYME sí están dispuestos a recibir asistencia en el área contable administrativa y económica para su MIPYME.

**Tabla 100.** Frecuencia. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	92.00	84%
No	18.00	16%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 97.** Frecuencia. Asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica



*Nota: Elaboración Propia.*

Para conocer la frecuencia de las MIPYME que están dispuestas a recibir asistencia se elabora la tabla 101 y gráfico 97, donde 92 de ellas mencionan que sí están dispuestos correspondiente a un 84% esto es muy importante destacarlo ya que la mayoría de las MIPYME en estudio están dispuestas a recibir asistencia tanto contable administrativa y económica para el desarrollo de las empresas, en ese mismo sentido 18 de ellas correspondiente a un 16% indicaron que no están dispuestas a recibir asistencia.

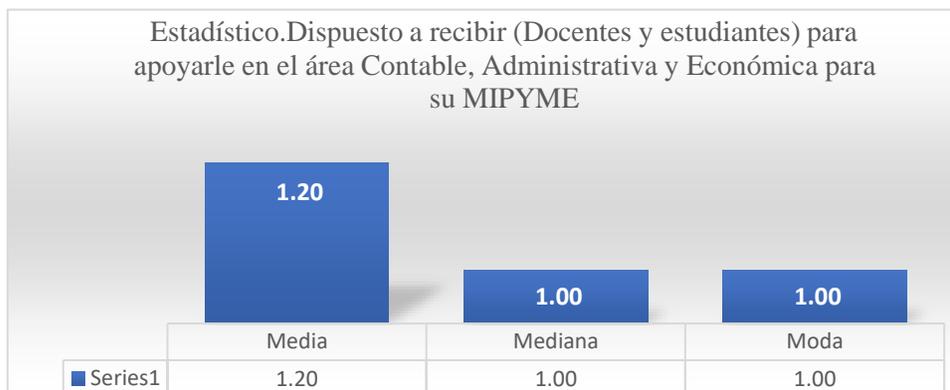
Con relación a la *pregunta 53* se realiza la *pregunta 54*, de la encuesta de acuerdo al Anexo D, donde se les consulta si estarían dispuestos a recibir docentes y estudiantes para apoyarles en el área contable administrativa y económica para el desarrollo de su MIPYME mediante la siguiente escala 1: (Si), 2: (No).

**Tabla 101.** Estadístico. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia

Media	1.20
Mediana	1.00
Moda	1.00

*Nota: Elaboración Propia.*

**Gráfico 98.** Estadístico. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia.



*Nota: Elaboración Propia.*

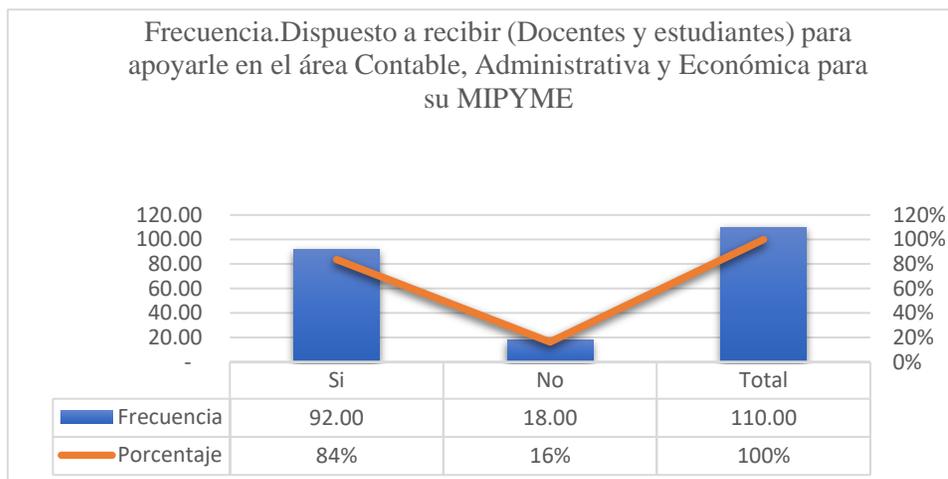
En tal sentido por medio de la tabla 102 y gráfico 98, el estadístico de la media mediana y moda coinciden con la escala número uno en este caso es que las MIPYME sí están dispuestos a recibir asistencia en el área contable administrativa y económica para su MIPYME por medio de docentes y estudiantes.

**Tabla 102.** Frecuencia. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	92.00	84%
No	18.00	16%
Total	110.00	100%

*Nota: Elaboración Propia.*

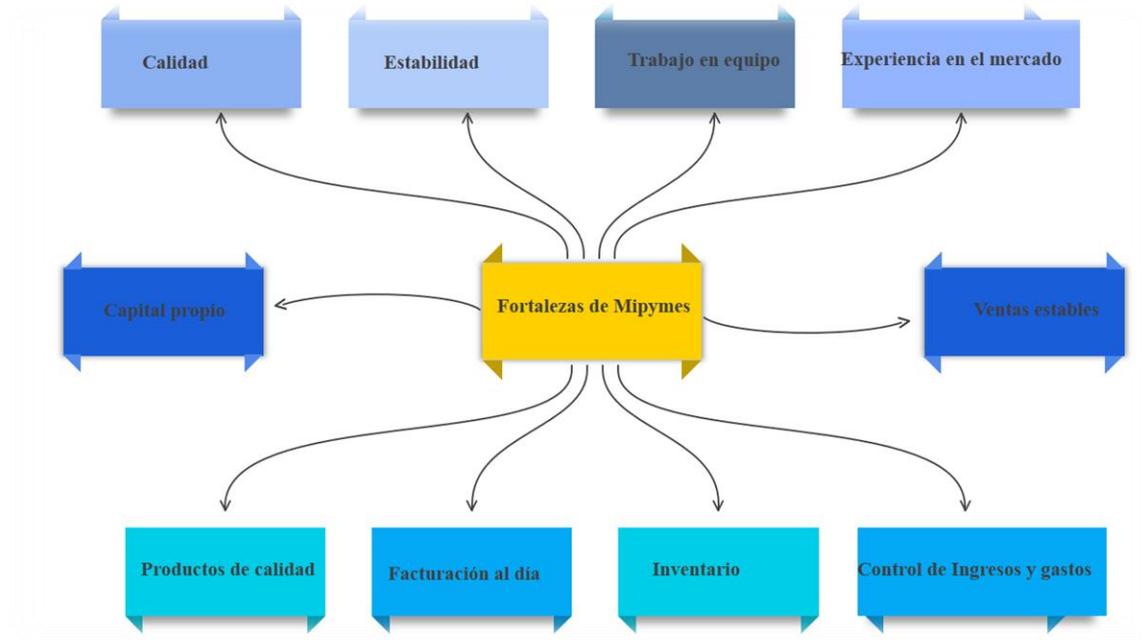
**Gráfico 99.** Frecuencia. Dispuesto a recibir a docentes y estudiantes para asistencia



*Nota: Elaboración Propia.*

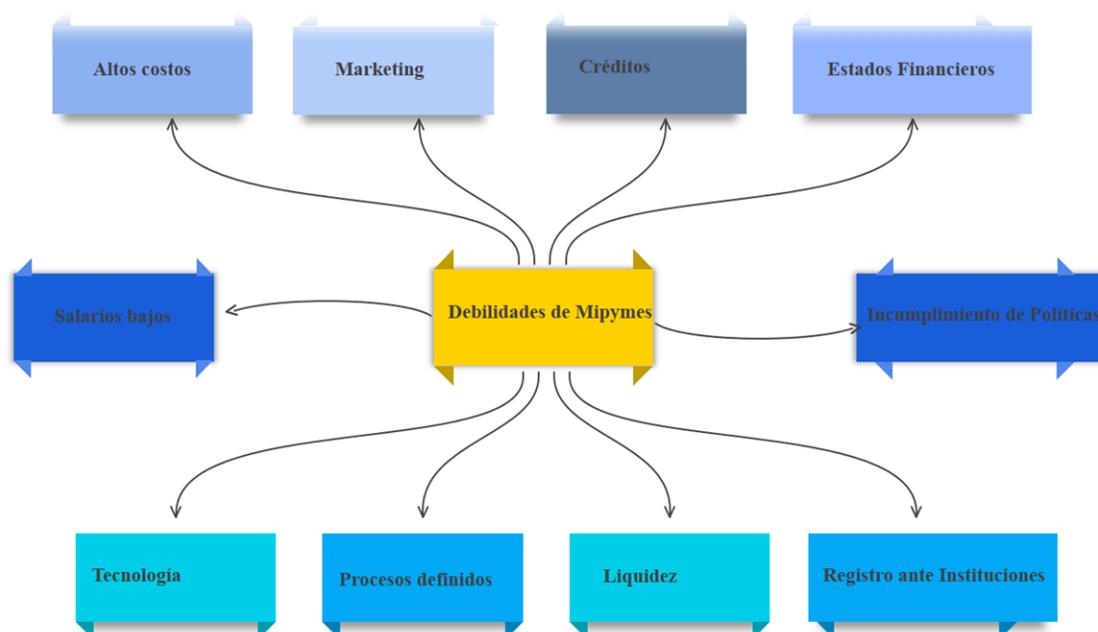
Al mismo tiempo se establece la frecuencia de las MIPYME por medio de la tabla 103 y gráfico 99, en el caso que, si están dispuestos a recibir docentes y estudiantes, donde 92 MIPYME correspondiente a un 84% mencionan que sí están dispuestos, caso contrario 18 de ellas equivalente a un 16% indican que no están dispuestos a recibir docentes y estudiantes para apoyarles en el área contable administrativa económica para el desarrollo emprendedor.

Del mismo modo en el análisis de acuerdo con la *pregunta 55 y 56*, de la encuesta según Anexo D, se les solicito a las MIPYME que describieran dos de sus principales fortalezas y debilidades, en este caso un análisis de sus factores internos; en el área Contable, Administrativo, Económico, donde se describieron en la Tabla 99 los casos y en columnas el análisis presentándolo de manera horizontal la vinculación de la pregunta 55 y 56 el cual se detalla a continuación, de acuerdo a la Ilustración 46 se presenta una síntesis de las principales fortalezas y en la Ilustración 47 las principales debilidades.



**Ilustración 46.** Fortalezas de las MIPYME

*Nota:* Elaboración propia



**Ilustración 47.** Debilidades de las MIPYME

*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 103.** Fortalezas y debilidades de las MIPYME

Casos	Fortalezas	Debilidades
1	Formatos para cada operación	Financiamiento
2	Organización y trabajar bajo presupuesto	Tiempo
3	Rentable	Productos
4	Cero deudas, registros de gastos	Poco dinero

5	Sistematizado, versátil	No hay mucha capacitación, no hay manuales
6	Administrativo	Llevar documento y control
7	No respondió	No respondió
8	Estabilidad y reconocimiento en el mercado	Mejoramiento de la tecnología
9	Posicionamiento en el mercado y capital de trabajo	Cobranza y la liquidez ha bajado
10	Solvencia, y flujo de efectivo constante	Mal manejo de inventario, inversiones sin rentabilidad
11	Profesionalismo, capacitación continua y control de calidad	Poco personal
12	Compresión y entendimiento del negocio	Registro de documentos
13	No respondió	No respondió
14	saber invertir, y administrar	mal manejo de la inversión y comunicación administrativa

15	Mantengo facturas de las inversiones y tengo contabilizado a todos mis clientes.	No cuento con control contable ni administración financiera
16	Control y calidad	Competencia y precios de la materia prima muy alto
17	Buena relación y capacitaciones	Pocos instintivos de bonos, no hay paga de horas extras (estas pueden ser algunas debilidades ya me que no motivas tanto a tus trabajadores con reconocimiento económico, entonces la empresa tiene que buscar constantemente personal de trabajo y ahí es donde retrocedes para capacitar en algo que tal vez ya habías dado)
18	<p><b>Contable:</b> operaciones de contado y diligentes.</p> <p><b>Administrativo:</b> Trabajo en equipo y disposición.</p> <p><b>Económico:</b> Sector turístico y fuerza laboral local.</p>	<p><b>Contable:</b> Retrasos en la presentación de informes y sistema contable desactualizado.</p> <p><b>Administrativo:</b> Manual de funciones específicos y relaciones de trabajo.</p> <p><b>Económico:</b> Difícil acceso a materia prima y altos costos.</p>

19	Especialista en el área y se cuenta con herramientas para mejorar.	No se han creado controles y sistemas contables.
20	No respondió	Falta de personal y no tener ayuda en los registros contables.
21	Personal capacitado Buenas decisiones inversiones	Decisiones de ventas
22	Trabajo en equipo y responsabilidad	Distracciones y malos cálculos
23	Buen control de las cuentas y de los estados de resultado, además de contar con una alta clientela que nos garantiza ganancias en cada mes.	La incapacidad de algunos miembros para hacer estados de resultado o de patrimonio, errores con el control de las cuentas.
24	Administramos bien a los trabajadores	No respondió
25	Experiencia en el mercado	No tener una buena capacitación no llevar todo en orden
26	Posibilidad de inversión para expandirse, flujo constante de efectivo	Mal flujo de caja, mala estrategia fiscal
27	Control interno	Capacitación
28	Atención y calidad	Dar mucho crédito

29	Más de 10 años en el mercado, ventaja competitiva	Falta de un sistema contable automatizado, falta de control de inventario
30	Adecuada publicidad y promoción Efectivo servicio al público	Escases de recursos
31	Profesionales en la economía y todo está apegado a las leyes.	Ocupamos modernizar los programas contables
32	Disciplina y capacidad	Inseguridad y mal operativo
33	No respondió	No respondió
34	Capital propio, disponibilidad de tiempo	Control inventario y registro contables
35	Control de ingresos y egresos, registros contables	Capacitación, personal sin compromiso
36	Seguir los procedimientos Trabajo en equipo	Falta de responsabilidad de algunos compañeros Vendedores impaciente
37	Ventas estables, personal amable y atento	Control contable y financiero

38	Conocimiento, honradez de los colaboradores	Falta de programas más modernos, capacitación
39	Economía	Fiscal administrativa
40	Ingresos y buen inventario	Falta de control de manera formal y falta de sistema contable
41	El control y manuales	Sistema
42	No respondió	No respondió
43	Liquidez y buena posición en el mercado	Coordinación y recientes problemas en sistemas
44	Capital propio y servicio de calidad	Poco espacio, inseguridad en local (me han hurtado en muchas ocasiones)
45	No respondió	No respondió
46	Buenos ingresos Varios proveedores	El manejo de la contabilidad Precios altos
47	Los productos son de calidad, se distribuyen las funciones a los trabajadores. Mayor demanda de los productos.	No tengo mucha publicidad, no cuento con inversión.

48	EEFF al día, ejecución y seguimiento a los presupuestos	Costos y gastos elevados, mal manejo del dinero para temas de índole personal de los socios
49	Sistema contable ERP	Capacitación al personal
50	El servicio que presto al público tiene demanda	No está registrado el negocio
51	Pues en mi negocio siempre he trabajado solo y en el área de la barbería se trabaja más que todo solo	Ninguna siempre y cuando me dedique y me empeñe en esforzarme para abrir temprano y todos los días
52	Se cuenta manuales y sistemas de primera línea	Administrativo y económico
53	Organización administrativa y análisis financiero.	Mejorar la infraestructura y aumento de personal
54	Buena administración	No hay estímulo
55	Uso de herramientas tecnológicas Conocimiento del equipo y experiencia	Falta de control financiero
56	Personal Capacitado	Proveedores

57	Personal capacitado Créditos con bajo interés	Carencia de personal
58	Control de ingresos y costos de los servicios y márgenes accesibles.	Soporte de gastos y control de activos
59	No respondió	Costo, gasto, falta de efectivo
60	Manejo cuenta bancaria para registros contables	No llevamos contabilidad propia del negocio, se mezcla con finanzas personales
61	Mayoría de fuerza laboral es responsable, sistema contable unificado.	La falta de comunicación de personal de las sedes hacia el departamento contable, socios suelen seleccionar personal solo porque conocen a la persona, pero no evalúan si en realidad va a aportar su 100 % en sus funciones
62	Efectivo servicio al cliente y adecuada publicidad	Ausencia de capacitación
63	A nivel administrativo se cumplen las fechas de entrega de proyectos, y que el personal está dispuesto a cambios.	A nivel económico, hay problemas de liquidez por parte de los clientes, y atrasos en pago a los proveedores por la anterior situación.

64	Control de efectivo y capacidad para afrontar los problemas financieros, administrativos	Liquidez financiera
65	Mercado	No contar con área contable
66	Control interno	Poco personal
67	Facturación al día, declaración ante DGI a tiempo, responsabilidad, buen manejo de bienes, inversiones inteligentes según necesidad de empresa	Actualización de una parte del personal en tema fiscal, descuido en la verificación de los detalles de operación de vendedores antes de facturar
68	Elaboración de libros auxiliares y matriz en Excel que nos permiten controles contables	Falta de sistema
69	Inventario específico, capital propio	Falta de conocimiento contable
70	Capacidad financiera y ventajas de precios	Personal capacitado y espacio físico
71	Es un emprendimiento pequeño que tiene 2 años de haber iniciado	No tenemos procesos definidos para la contabilidad

72	Rotación de efectivo	Sin controles contables, sin controles administrativos
73	Uso de sistema y controles establecidos	Tecnología desfasada y nuevos requerimientos de controles
74	No respondió	falta de seguimiento y falta de controles y procesos
75	Capital humano comprometido, control de alimentación de acuerdo con el presupuesto asignado a cada etapa	Ausencia de sistema contable
76	No respondió	No respondió
77	Conocimientos y experiencia	Nuevos en el mercado y basta competencia
78	Años de experiencia	El contador no es responsable
79	Generadoras de Empleo. sistema contable seguro y confiable	No hay un buen control interno, mucho descontrol de materia prima.
80	Eficiente Proactiva	Tiempo Herramientas nuevas contables
81	Supervisión diaria del personal y disponibilidad de crédito	Poca publicidad y poco personal

82	Sistemas altamente efectivos, estabilidad financiera de capital de reservas.	Personal que emigra, retrasos en la captación de nuevo Personal con competencias necesarias para la empresa
83	Directores con especialidades en las ramas indicadas	Administrativa falta de mayor control
84	Ganas de triunfar	Sin control de gastos
85	Liquidez y no endeudamiento	No se llevan registros y falta de marketing
86	Control documental y registro automatizado	Rotación de personal y falta de capacitación
87	Registros contables y financieros	Falta de personal
88	Incrementos en la venta	Personal
89	Productos vendibles, funcionamiento del trabajo de equipo.	Poco personal contable, salarios bajos
90	Control de efectivo, control de costos	Mezcla gastos personales
91	Satisfacción del cliente	Disponibilidad de efectivo
92	Control de documentos	No realizar una buena administración de costos

93	Organización	Publicidad
94	Orden contable, fácilmente controlable ya que el tamaño del negocio permite que se lleve un control interno impecable	Económico, falta de capital para la expansión de una tienda en una área concurrida y falta de capital para más inventario
95	Control contable y flujo correcto de recursos	Poca capacitación y falta de inversión
96	Control de ingresos y gastos	Falta de registro ante DGI
97	Organización y control	Requerir más conocimientos y estrategias técnicas
98	Recursos financieros	Incumplimiento de políticas
99	Rotación de inventario excelente administración	No tengo
100	Mercado y precio	Competencia y tiempo
101	Registros	Poco manejo de cuentas
102	Control óptimo Capacitaciones	Ninguno
103	Control de los ingresos y egresos	La conciliación bancaria

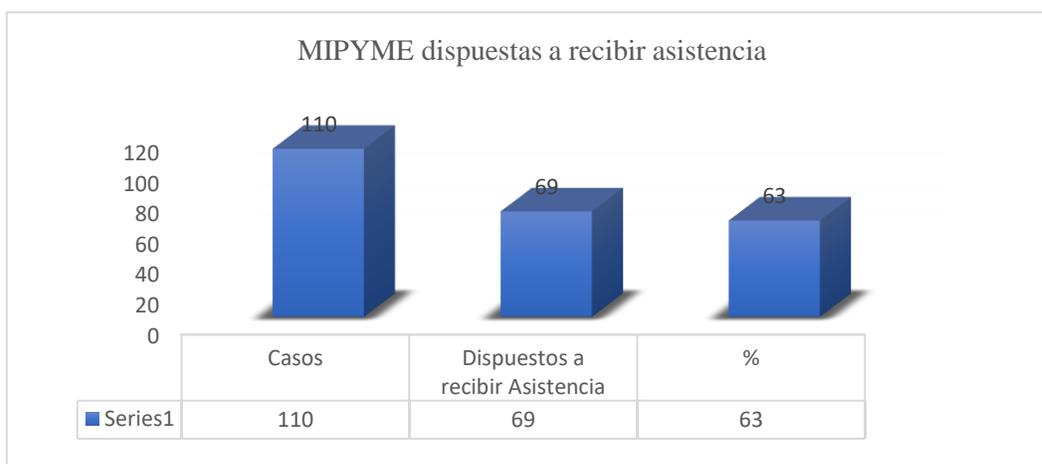
104	Revisiones trimestrales	Poco personal en el área contable
105	Control financiero	Otorgamiento de créditos
106	Cumplimiento tributario, registros al día	Determinación del costo, desabastecimiento de inventario
107	Soportes físicos contables y conciliación bancaria de clientes.	Continua anulación de facturas
108	Es el conocimiento de uno mismo y sus capacidades.	Publicidad
109	Orden en la contabilidad, control interno	Salarios bajos
110	Adecuada publicidad y promoción. motivación y empatía con el personal	Alto costo del producto, insuficiente y nula investigación de mercado

*Nota: Elaboración propia. Tomada de Encuesta a MIPYME.*

Para ello en la pregunta 57, relacionada con la 57.1, 57.2,57.3, según encuesta Anexo D, se les invito a las MIPYME, en el caso que estarían dispuesto a recibir apoyo. brindaran sus datos para poder contactarle, donde se les solicito, correo, teléfono y dirección, por lo que se detalla en el siguiente Gráfico 100, un resumen de las MIPYME que están dispuestas a recibir asistencia Contable, Administrativa, Económica. Del mismo modo la base de datos obtenida de la encuesta a las MIPYME se detalla en el Anexo H. Imagen del instrumento, sin embargo,

la base de datos se le dará a conocer al centro propuesto para el seguimiento e iniciar el acompañamiento, por sigilo de la información de los informantes.

**Gráfico 100.** MIPYME dispuestas a recibir asistencia



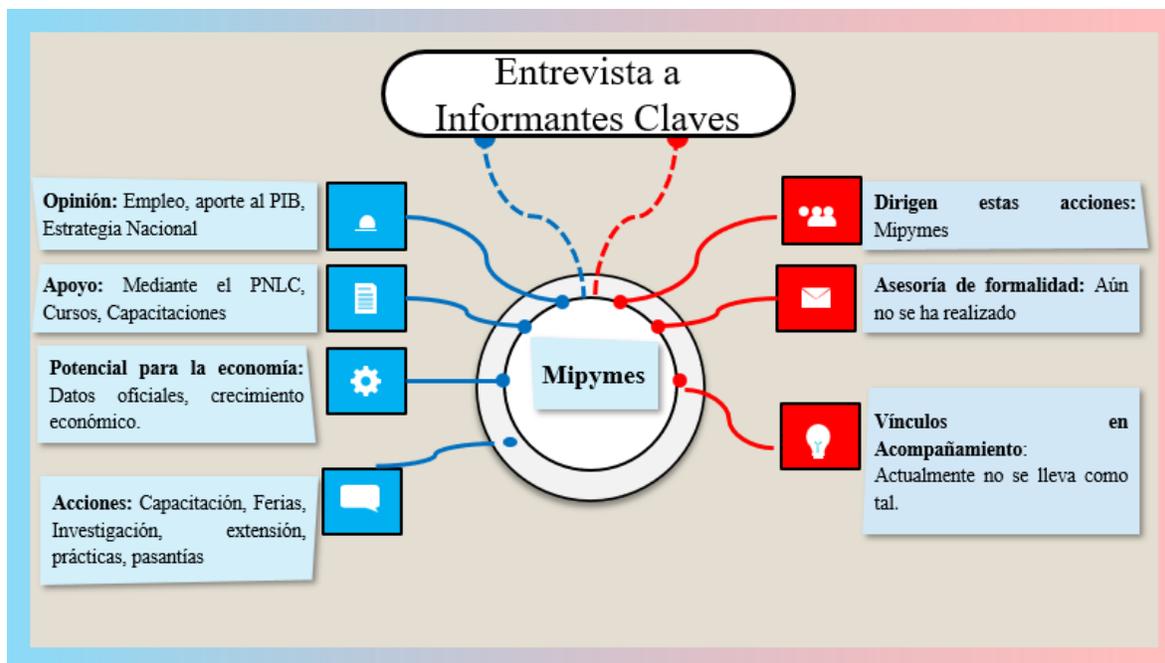
*Nota: Elaboración propia.*

De acuerdo con la pregunta 57, 57.1, 57.2, 57.3, se puede apreciar en el Gráfico 100, que del total de MIPYME que están dispuestas a recibir asistencia en el área de Ciencias Económicas 69 MIPYME que corresponden al 63%, el restante no proporciono la información sin embargo están dispuestos a recibir acompañamiento en las Ciencias Económicas.

### **5.3.5. Acompañamiento al desarrollo pro emprendedor**

Se realizó entrevista a informantes claves, donde se identificaron como informantes y se enumeraron, con el fin de conocer la opinión sobre los programas de asesoría para emprendedores, el cual se realizó la consulta de acuerdo con el Anexo E.

A continuación, se presenta la ilustración 48, donde se resumen la entrevista realizada a los informantes claves:



*Ilustración 48. Informantes claves de acompañamiento a MIPYME*

*Nota: Elaboración propia.*

En relación con la *pregunta 1*, donde se consulta, que opinan sobre las MIPYME que han nacido a través de emprendimientos en Nicaragua, por lo que el *Informante 1*, indica: Considero que contribuyen en gran medida al sostenimiento económico del país en materia de empleo y aporte al PIB. En ese sentido el *Informante 2*, responde: Son de suma importancia para los protagonistas dado que son fuentes de empleo y medio de ingresos, el *Informante 3*, indica, me parece muy importante para el desarrollo de la economía del país y la generación de empleo el impulso de estas es una estrategia nacional para el crecimiento económico.

Continuando, se realiza la consulta mediante la *pregunta 2*, el cual se pregunta si su institución apoya a los emprendimientos. Donde el *Informante 1*, menciona: La UNAN Managua consiente de la importancia que este tema implica y tomando en cuenta el eje investigativo y social está apoyando de forma directa tanto a nivel interno como a nivel externo este tipo de iniciativas que están relacionadas con el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza que impulsa nuestro gobierno. *Informante 3*, responde: Considero que la institución da su aporte a los emprendimientos por medio de capacitaciones, cursos, promovidos en conjunto con entidades del gobierno que tienen esa misión y fomentando la actitud emprendedora en los currículos. En la inserción de nuestros currículos con base en el plan de lucha contra la pobreza.

Por lo tanto, se consulta de acuerdo con la *pregunta 3*, si considera a las MIPYME como potencial para el fortalecimiento de la economía, por lo que el *Informante 1*, responde: Totalmente de acuerdo en la actualidad aportan enormemente a la economía familiar por que representa fuente de empleo para nuestro país. En ese sentido el *Informante 2*, responde: que son fuentes de empleo y fuente de ingresos. *Informante 3*, indica: Creo que este potencial está demostrado en los datos oficiales sobre crecimiento económico.

Seguidamente de acuerdo con la *pregunta 4*, donde se consulta qué acciones están desarrollando para el fortalecimiento de las MIPYME. El cual en el *Informante 1*, indica: Como Universidad se está aportando en programas de capacitación a través del MEFCCA y promoviendo a nivel interno las ferias de nuestros estudiantes. *Informante 3*, responde: desde la universidad nuestro aporte es la capacitación por medio de la extensión universitaria y la investigación.

Es así como se realizó la *pregunta 5*, el cual indica a qué tipo de negocios dirigen esas acciones, el *Informante 1*, menciona que está dirigido a los pequeños negocios. *Informante 3*, indica: Es de forma general tengo entendido que se han atendido sectores diversos por la capacidad de la universidad de hacerlo.

Por lo tanto, se consultó de acuerdo con la *pregunta 6*, cuál es la incidencia de la Institución que usted representa, para que estos pequeños negocios pueden mejorar su rentabilidad, el cual en el *Informante 1*, indicó: Se aporta en este aspecto mediante el acompañamiento a través de los programas de capacitación. *Informante 3*, menciona: nuestro aporte es la capacitación y asesoría, no somos los únicos en esto, por otro lado, está la parte técnica que corresponde a otras instancias como el INATEC.

Seguidamente a esto se continua con la *pregunta 7*, el cual se consulta si se han dado asesorías en el ámbito Contable, Administrativa y Económica. el *Informante 1*, menciona: Se está trabajando en una propuesta para poder desarrollar esto. *Informante 3*, menciona: Estas asesorías han estado realizándose por otras unidades como innovación la facultad ha realizado diplomados en dirección estratégica para la juventud y ofrecemos cursos libres a bajo costo en materia contable y administrativa.

Por tal motivo se consulta de acuerdo con la *pregunta 8*, Se han dado seguimiento a las MIPYME en términos de formalidad y crecimiento del negocio, el *Informante 1*, responde: En estos momentos no manejo esta información. *Informante 3*, indica que no se han dado ese tipo de seguimiento.

Finalmente, en la entrevista se consulta, según *pregunta 9*, cuáles son los vínculos con las MIPYME en términos de asesorías Contable, Administrativa y Económica, donde el *Informante 1*, indica: En este momento el vínculo ha sido a través de las capacitaciones. En ese sentido el *Informante 2*, responde: Menciona que ningún vínculo. *Informante 3*, indica: Considero que, así como vínculos en nuestro caso no los tenemos, sino con entidades que dirigen estos temas como el MEFCCA.

## **5.4 Programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las Micro, Pequeña y Mediana Empresa**

Después de analizar la lógica y entendimiento contable del micro, pequeña y mediana empresa así como caracterizar el manejo de información y conocimiento contable de las pequeñas empresas para su funcionamiento; en ese mismo sentido las prácticas y procesos aplicados en las micro, pequeña y mediana empresa pro emprendedoras objetos de estudio y la relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las pequeñas y medianas empresas para con los resultados obtenidos proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa.

### ***5.4.1 Introducción de la propuesta***

En relación con, Medrano (2021). Las propuestas de mejora no deben ser definidas solo por unas personas, ni tampoco deben ser estáticos, esto requiere de un proceso de construcción participativa y una revisión constante para asegurar que sean dinámicos y respondan a las necesidades cambiantes de la comunidad educativa, empresas, instituciones gubernamentales y de la sociedad, todo ello en un marco de cooperación, equidad y compromiso.

La propuesta parte con un enfoque humanista, considerando que no tendrían mayor utilidad y efectividad los programas, incluso los recursos materiales, financieros y tecnológicos, si no se cuenta con la disposición de las personas a generar cambios, mediante los compromisos voluntarios con la institución y sobre todo con la mejora continua.

Por lo consiguiente, a lo antes descrito se ha denominado a la propuesta: Acompañamiento contable estratégico en el aprendizaje del micro y pequeño empresario. Específicamente en el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa.

Por lo cual, esta propuesta es un proceso a partir del paradigma positivista; en este caso se propone el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa.

#### **5.4.2 *Justificación de la propuesta***

La propuesta del programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las micro, pequeña y mediana empresa, parte desde la visión de los actores implicados; docentes, estudiantes, equipos directivos y MIPYME.

Tiene como objetivo proponer el programa de asesoramiento en los procesos de la información económica a las micro, pequeña y mediana empresa.

La sociedad nicaragüense demanda profesionales con capacidades especializadas. Por ello, estos requieren profundizar en sus competencias a través de la formación, por tanto, es necesario establecer la vinculación científica y metodológica adquirida en grado y de igual manera en post grado, mediante sus ejes profesionalizantes de igual manera en los componentes optativos, el cual estos se relacionan con aspectos de actualización de la profesión u otros temas relacionados con las Ciencias Económicas, afines a los campos de acción y con los ámbitos de actuación.

Por tanto, el programa de asesoramiento en los procesos de la información económica a las micro, pequeña y mediana empresa es pertinente para lograr alcanzar el desarrollo de los proyectos de extensión, mediante la vinculación con los ámbitos de actuación a través de convenios o cartas de intención con instituciones públicas, privadas y a las micro, pequeña y mediana empresa, lo que permite a los docentes y estudiantes contar con espacios para el desarrollo de prácticas de formación profesional y pasantías, aportando en la educación e intervención social por medio del currículo por competencias.

#### **5.4.3 *Objetivo de la propuesta***

Desarrollo de la investigación, extensión, mediante la vinculación con los ámbitos de actuación, campos de acción, prácticas y pasantías, por medio del desarrollo del currículo por competencias, vinculado al programa de asesoramiento en los procesos de la información de Ciencias Económicas: Contable, financiero, administrativo, mercado, económico, a las micro, pequeña y mediana empresa.

#### 5.4.4 Factores claves de la propuesta



**Ilustración 49.** Factores claves de la propuesta

*Nota: Elaboración propia.*

Por tanto la ilustración 49, indica los factores claves para la puesta en marcha de la propuesta, del acompañamiento económico a los ámbitos de actuación en este caso las micro, pequeñas y medianas empresas, sociedad, por medio de las investigaciones con docentes y estudiantes a través de los docentes de componentes e integradores, mediante los ejes verticales, básicos, profesionalizantes e integradores en los distintos niveles, a través de los cortes evaluativos, prácticas, pasantías, para ello se debe de tener una vinculación con los centro de investigación en este caso en el área de Ciencias Económicas son: INIES, Procomin, Centro de Innovación o se propone de igual manera crear un Centro Económico.

#### **5.4.5 *Direccionamiento estratégico***

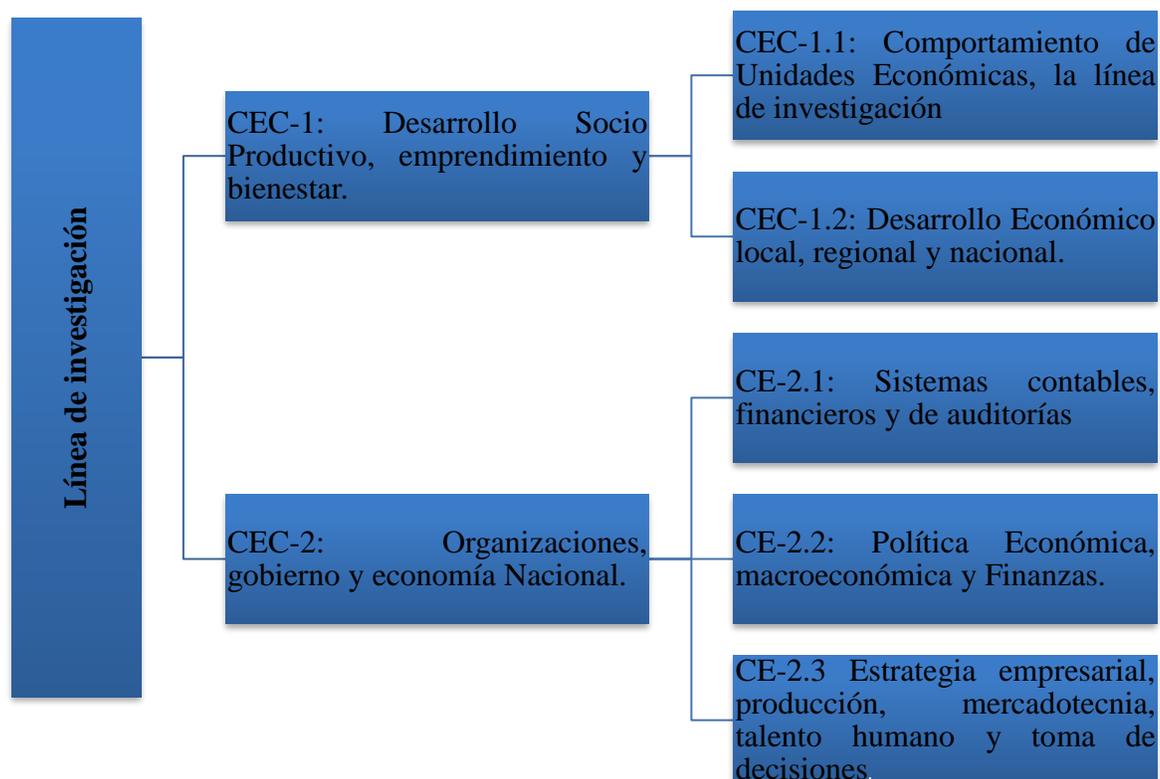
El objetivo central del direccionamiento estratégico consiste en diseñar estrategias y planes de acción que permitan anticipar acontecimientos futuros. Laínes y Bellosta (1991). Se constituye en una herramienta potente teniendo en cuenta las condiciones actuales de un contexto que se transforma de manera constante.

Este aspecto y mediante el análisis realizado en la presente investigación, de las fortalezas, debilidades y por tanto las oportunidades de mejoras en el ámbito económico de las micro, pequeñas y medianas empresas; la estrategia de acompañamiento fortalece al currículo por competencias de la UNAN Managua, donde la investigación, extensión, vinculación con la sociedad surge de manera natural.

#### **5.4.6 *Gestión de acompañamiento económico en la enseñanza- aprendizaje***

De acuerdo con las líneas y sub líneas de investigación, aprobadas por el Consejo Universitario en la sesión 14-2021 del 09 de julio del 2021.

La Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas responde mediante las líneas de investigación que a continuación se presentan:



**Ilustración 50.** Líneas de Investigación

*Nota: Elaboración propia.*

Las líneas y sub líneas de investigación, aprobadas por el Consejo Universitario en la sesión 14-2021 del 09 de julio del 2021 y asumidas por la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas, están relacionadas directamente con diferentes espacios de sinergia para el trabajo conjunto de los diversos actores de la comunidad universitaria, vinculados estratégicamente con la sociedad, el Estado y las empresas. También deben relacionarse con el Plan Nacional de Desarrollo Humano de Nicaragua y los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- Eje. Plan Nacional de Desarrollo Humano de Lucha Contra la Pobreza.

- Eje. Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las líneas asumidas también responden con el área de conocimiento afines a la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas, por tanto, se pueden desarrollar proyectos de investigación inter y transdisciplinar.

La Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas cuenta con claustro docente formados y comprometidos para desarrollar proyectos de investigación y extensión que responden a los campos de acción. Estos proyectos se realizan de manera colectiva o individual, según las problemáticas de la sociedad, de la institución y de las Ciencias Económicas. Además, los estudiantes tienen la oportunidad de integrarse a los proyectos para el fortalecimiento de sus competencias. Por tanto, el acompañamiento estratégico a las MIPYME es de importancia para darle vida a lo antes descrito.

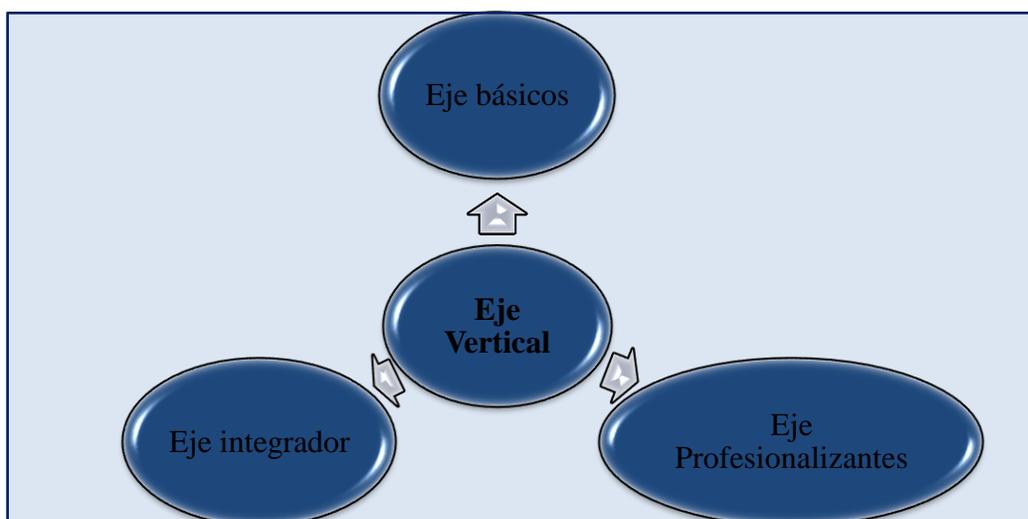
#### ***5.4.7 Componentes claves para el desarrollo de dicha estrategia***

Es importante destacar los principales componentes claves para el desarrollo de dicha estrategia que aporta al currículo por competencias, donde promueve los campos de acción en este sentido en el área de Ciencias Económicas las MIPYME juegan un papel importante, es ahí donde da vida a los resultados de la investigación el cual las necesidades que tienen estas MIPYME se pueden desarrollar por medio del currículo por competencias en actividades de aprendizaje reales basadas en el campo de acción y ámbitos de actuación. Donde el rol del docente, estudiante y MIPYME se ven vinculados por medio de las prácticas, laborales, investigación y extensión.

### 5.4.7.1 Currículo integrado

Los encargados de los componentes y del integrador, en el semestre y año, desarrollen el currículo por medio de la estrategia integradora.

### 5.4.7.2 Ejes verticales



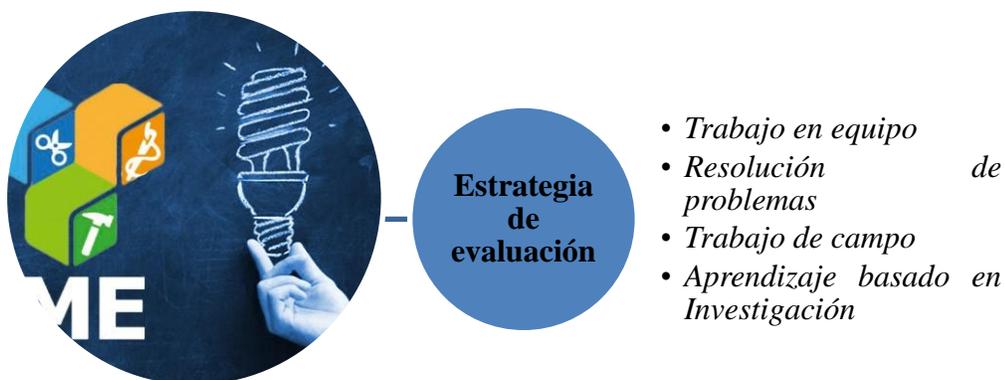
**Ilustración 51.** Ejes Verticales

*Nota: Elaboración propia*

### 5.4.7.3 Componentes curriculares integradores

Son impartidos por docentes de la carrera a los estudiantes y pueden tener una aplicación directa en los ámbitos de actuación de las carreras, teniendo así una vinculación directa con la práctica laboral, logrando llegar a poner en desarrollo las competencias de los estudiantes, articulando la docencia, investigación y extensión. Es por eso importante y pertinente el acompañamiento estratégico a las MIPYME, operativizando así las **funciones docencia, investigación y extensión en la carrera.**

#### 5.4.7.4 Estrategia de evaluación



#### *Ilustración 52. Estrategias de evaluación*

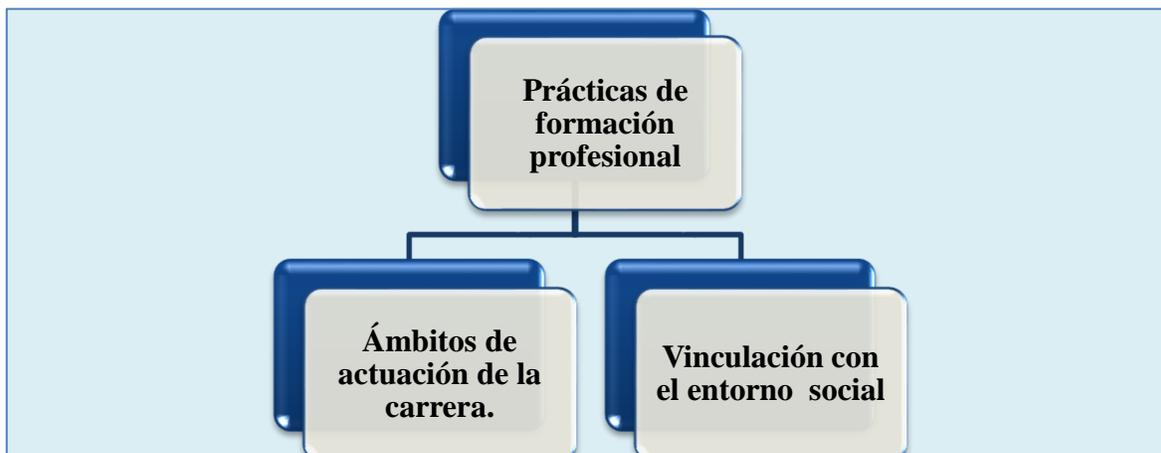
*Nota: Elaboración propia*

Por tanto, las estrategias se puedan dar por medio de métodos, técnicas y recursos que utilizará el profesor para valorar el aprendizaje de los estudiantes. Donde se menciona: Ubicación contextual. Guías de cuestionamiento de lo que se aprende. Observación autorreflexiva. Trabajo de equipo. Aprendizaje colaborativo. Estudios de caso. Aprendizaje por proyectos. Aprendizaje basado en la resolución de problemas. Trabajo de laboratorio. Trabajo de campo. Aprendizaje basado en la investigación.

#### 5.4.7.5 Evaluación por competencias

Esto lo desarrollan los encargados de los componentes y del integrador, en los cortes evaluativos, por medio de la estrategia integradora, logrando el desarrollo de los objetivos de año y semestre para alcanzar las competencias declaradas.

#### 5.4.7.6 Prácticas de formación profesional



*Ilustración 53. Prácticas de Formación profesional*

*Nota: Elaboración propia*

Las PFP se realizarán en los dos últimos semestres de la carrera. En estos períodos, las y los estudiantes ya han alcanzado el nivel de competencias que los capacita para iniciar el contacto directo con el mundo laboral.

#### 5.4.7.7 Prácticas laborales extensionistas e investigativas

Estas prácticas extensionistas son realizadas por el estudiante durante el proceso de formación a lo largo de los años de estudio de su carrera. Las prácticas laborales de investigación son realizadas por los estudiantes durante sus prácticas de profesionalización que son en los dos últimos años de la carrera.

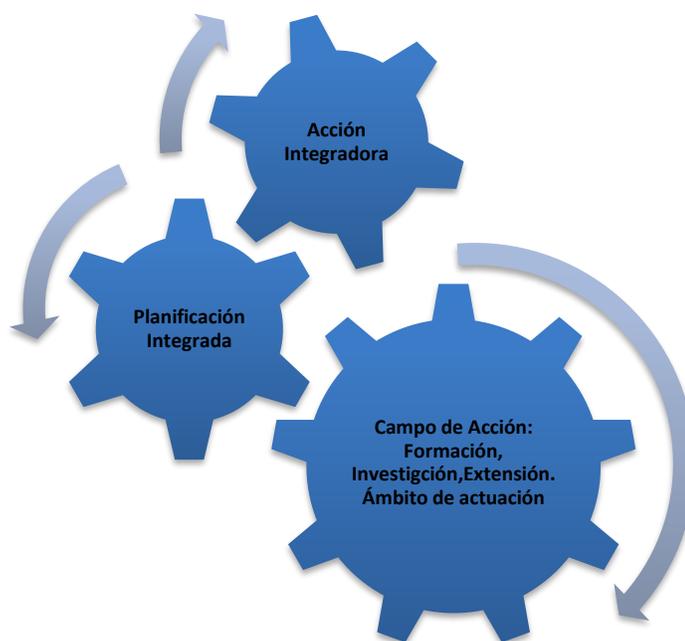
#### 5.4.7.8 Pasantía

En este sentido, los estudiantes deben llevar a cabo en conjunto con los docentes sobre la base de la normativa institucional para el cumplimiento efectivo de las competencias de las carreras de pregrado y grado.

#### 5.4.7.9 Producto integrador

Es planificado por el colectivo docente y lo realizan los estudiantes en un determinado semestre en los *ámbitos de actuación* declarados por la carrera para ese nivel por medio de una estrategia integradora.

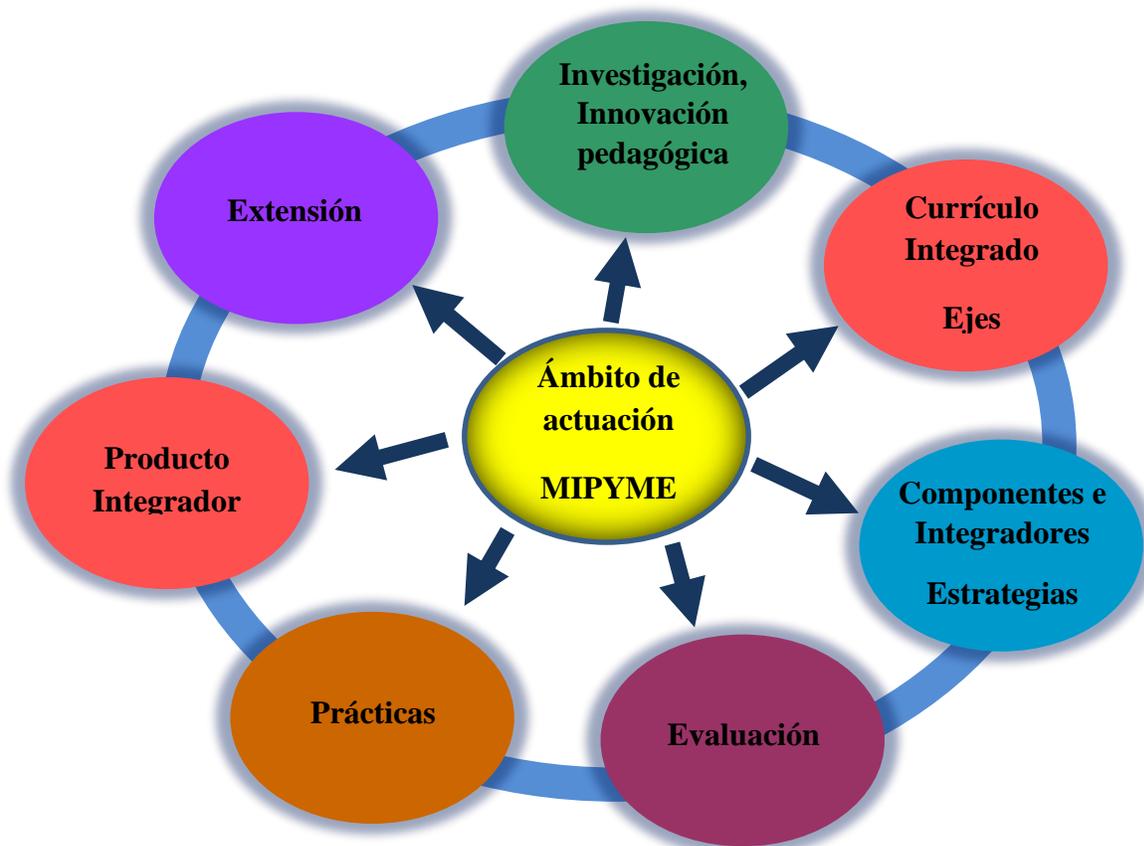
#### 5.4.7.10 Acción integradora



**Ilustración 54.** Acción integradora

*Nota: Elaboración propia.*

De acuerdo con la ilustración 54, esta acción la coordina el responsable del componente integrador de semestre, integrado con los demás profesores que facilitan los otros componentes curriculares. La acción integradora se ejecuta tanto en el aula de clase como en los diferentes ámbitos de actuación declarados por la carrera en el documento curricular. Para implementar la acción integradora se debe de realizar los siguientes pasos: Planificación semestral integrada, planificación semestral individual, elaboración de BOA e instrumentos de evaluación, ejecución integrada en el aula donde los estudiantes ponen la práctica relacionada con la extensión e investigación.



*Ilustración 55. Ámbito de Actuación*

*Nota: Elaboración propia.*

Continuando con el análisis la ilustración 55, indica la relación del ámbito de actuación, MIPYME con el desarrollo del currículo por competencias donde se vincula la extensión, la investigación, la innovación pedagógica, el currículo integrado como sus ejes, los componentes e integradores, así como las estrategias integradoras, llevando a las prácticas, por medio del producto y estrategia para una evaluación integrada en los campos y ámbitos de actuación.



**Ilustración 56.** Vinculación de carreras con MIPYME

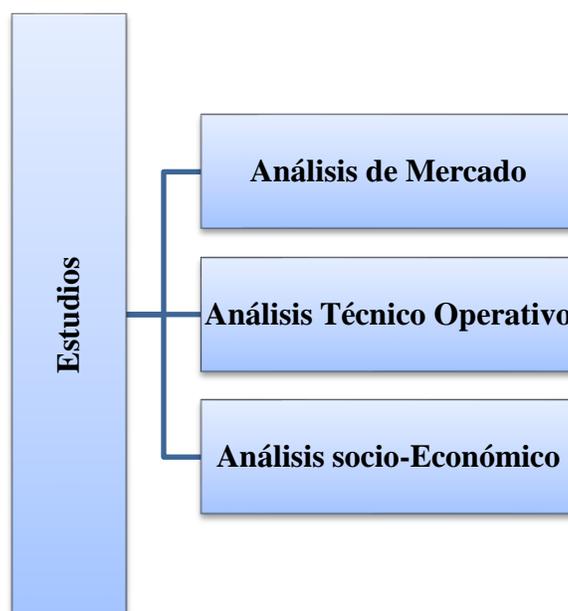
*Nota: Elaboración propia.*

Es así como el currículo es transdisciplinar y multidisciplinar, por lo cual se puede observar en la ilustración 56, que la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas puede brindarle acompañamiento estratégico a las MIPYME por medio de las carreras

ofertadas, donde se fortalece y acompaña a la MIPYME en todos los ámbitos de las Ciencias Económicas e incluso se puede necesitar de otras ciencias para el desarrollo de estas, por lo que sería también transdisciplinar.

#### **5.4.8 Gestión de infraestructura**

Para dar acompañamiento contable estratégico a las MIPYME, se propone que se atienda desde la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas, por medio de los Centros que ya están establecidos, INIES, Procomin o vinculación con el Centro de Innovación.



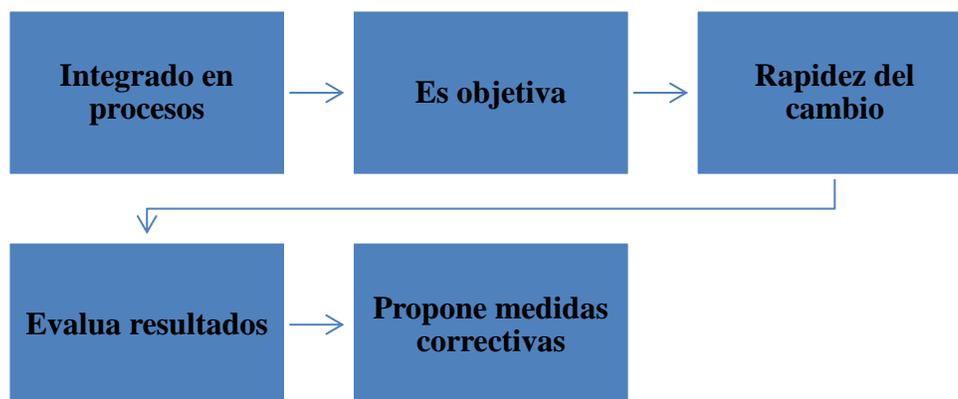
***Ilustración 57. Estudios de Factibilidad***

*Nota: Elaboración propia.*

De igual manera también se propone que se cree un Centro de atención Económico a las MIPYME siguiendo los pasos del estudio de factibilidad de acuerdo con la ilustración 57.

#### 5.4.9 Monitoreo y seguimiento

Una vez implementado el acompañamiento a las MIPYME la Facultad, desarrolla y realiza evaluaciones continuas y puntuales para comprobar si el monitoreo y seguimiento está presente y funcionando en el currículo.



*Ilustración 58. Monitoreo y seguimiento*

*Nota: Elaboración propia.*

Por tanto, de acuerdo con la ilustración 58, el monitoreo y seguimiento debe de ser integrado en procesos, objetiva, con rapidez al cambio, para que por medio de esta se propongan medidas correctivas de las debilidades encontradas y así evaluar los resultados de aprendizaje. El monitoreo como el seguimiento son un proceso sistemático de recolectar, analizar y utilizar información para hacer seguimiento al progreso del programa Acompañamiento contable a las MIPYME. El monitoreo se dirige a quién las ejecuta y a

cuántas personas o entidades beneficia el programa, se realiza una vez comenzado el programa y continúa durante todo el período de implementación.

#### 5.4.10 Resultados presumibles

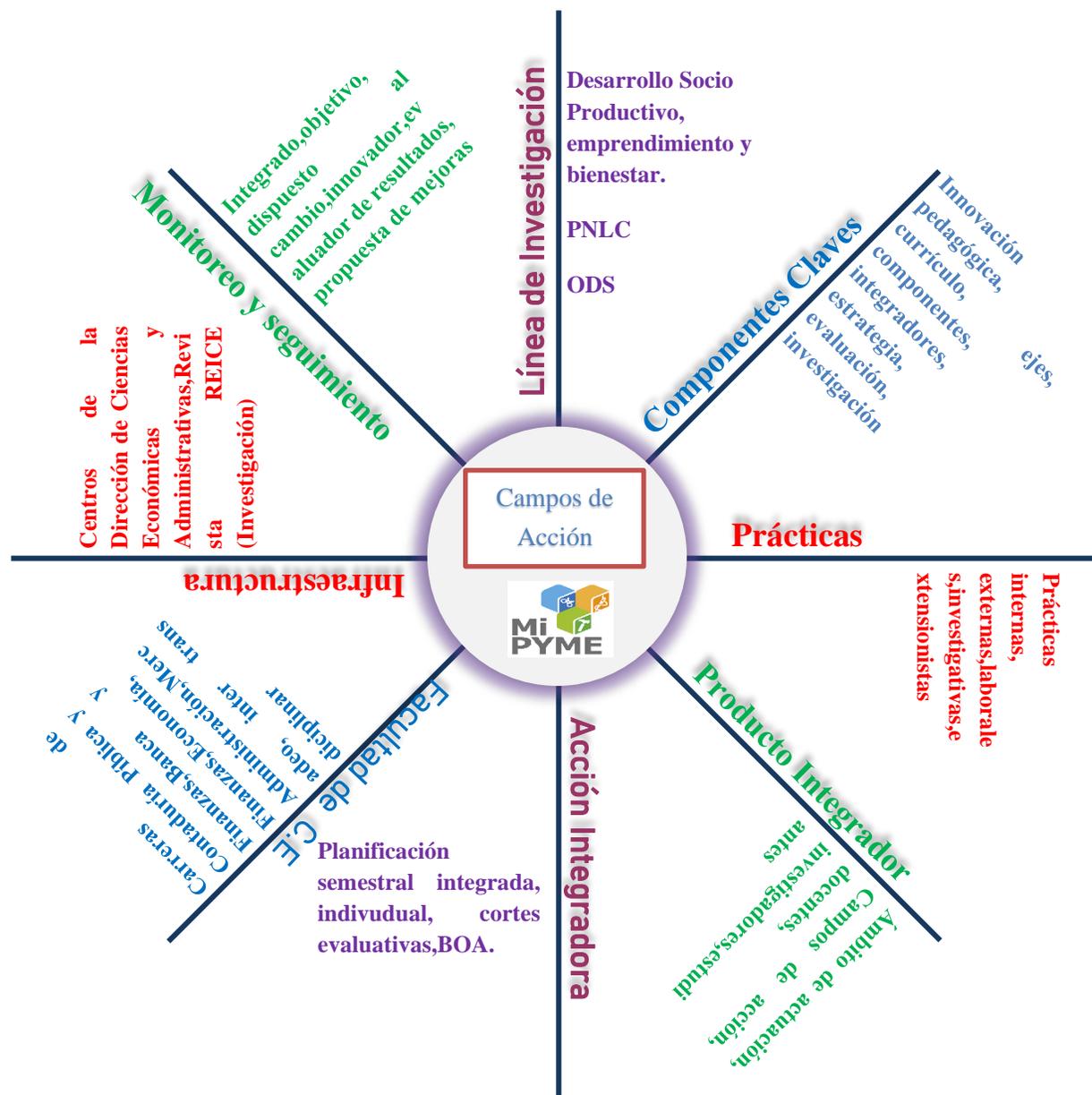


Ilustración 59. Resultados Presumibles

Nota: Elaboración propia.

Por tanto como muestra la ilustración 59, el programa de asesoramiento en los procesos de la información económica a las Micro, pequeña y mediana empresa permitirá lograr alcanzar el desarrollo de los proyectos de extensión, mediante la vinculación con los ámbitos de actuación, lo que permite a los docentes y estudiantes contar con espacios para el desarrollo de prácticas de formación profesional y pasantías, aportando en la educación e intervención social, en el área de Ciencias Económicas las MIPYME juegan un papel importante, es ahí donde da vida a los resultados de la investigación el cual las necesidades que tienen estas MIPYME se pueden desarrollar por medio del currículo por competencias en actividades de aprendizaje reales basadas en el campo de acción y ámbitos de actuación.

La práctica laboral investigativa y el vínculo universidad–sociedad, articulando los aprendizajes del semestre o del año. En estas se evidencia el nivel de las competencias alcanzado por el estudiante, se desarrollará la práctica laboral investigativa, operativizando así las funciones docencia, investigación y extensión en las carreras mediante los campos y ámbitos de actuación, el cual la estrategia de evaluación serán en resultados de resolución de problemas reales de las MIPYME, donde el producto integrador sea en los ámbitos de actuación declarados por la carrera por medio de la estrategia integradora, todo esto centrado en el currículo por competencias y la sociedad.

#### ***5.4.11 Consideraciones finales***

Para lograr la implementación de la propuesta, se requiere del compromiso de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas para la puesta en marcha de la estrategia, para desarrollar el currículo por competencias en los campos y ámbitos de actuación, con prácticas laborales investigativas y extensionistas, donde la investigación será

natural y se fortalecería tanto el docente como el estudiante, así mismo la revista de Ciencias Económicas por medio de las publicaciones realizadas a las MIPYME, todo esto contribuyendo a la mejora continua.

## **V. Quinta Parte. Conclusiones y recomendaciones**

## Capítulo VI. Conclusiones

En el diseño y ejecución de la presente investigación se procedió a realizar una revisión documental exhaustiva acerca del tema de investigación, en diferentes sitios web, vinculadas con la temática en estudio. Posteriormente se realizó la construcción del contexto y ámbito de actuación de la investigación, así como su fundamentación teórica, iniciando con el estado de arte que permitió tener un mejor análisis y puntos de referencias para ser aplicados al análisis del acompañamiento contable y estratégico en el aprendizaje del micro, pequeña y mediana empresa. El objetivo es generar valor desde la apreciación entre ellos si realmente el estudio realizado genera impacto positivo y que genere valor a las micro, pequeña y mediana empresa.

En esa misma línea de pensamiento el estudio retoma el aporte en retornos académicos hacia los docentes y estudiantes que realizaran sus investigaciones por medio de prácticas y pasantías de la Carrera de Contaduría Pública y Finanzas y Banca y Finanzas y hacia la Universidad Nacional Autónoma de Managua específicamente al Departamento de Contaduría Pública y Finanzas de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas, así como a las carreras de Economía, Administración y Mercadeo, como parte de activación del proceso extensión Universitaria; aportando a la sociedad nicaragüense.

El marco teórico construido donde se profundiza en la teoría relacionada al estudio en temas principales como la educación, las competencias, los objetivos de Desarrollo

Sostenible, prácticas y pasantías. Clave en el abordaje son los sujetos de estudio las MIPYME apuntalando así hacia el programa de asesoría, contabilidad y modelo financiero. En ese mismo orden de dirección también se elaboró el diseño metodológico donde se abordó el paradigma de la investigación, los sujetos de investigación y posteriormente se diseñaron los instrumentos de recogida de datos, estos instrumentos fueron validados por expertos. Además, para verificar la confiabilidad de la información que brindaron los instrumentos, en este caso, se pilotó el cuestionario de la encuesta a MIPYME.

Del mismo modo se realizó instrumento de valoración a las MIPYME pilotadas y mediante los resultados se le aplicó el método de fiabilidad de Alfa de Cronbach teniendo resultados de 0.807 el cual representa una escala muy alta para el cuestionario, lo que indicó que al ser aplicado a las MIPYME objetos de estudio los resultados serían válidos y fiables por lo que se procedió a la aplicación de los instrumentos.

En el desarrollo de esta tesis se planteó como objetivos específico número uno, la caracterización del manejo de información y conocimiento contable de las pequeñas empresas para su funcionamiento. Los principales resultados de la caracterización y del manejo de información y conocimiento contable de las pequeñas empresas fue que los dueños o representantes de los emprendimientos, oscilan desde 17 a 58 años, que es algo positivo ya que desde temprana edad comienzan a realizar sus propios emprendimientos donde los resultados fueron 57 mujeres correspondiente al 52% y 53 varones equivalente al 48%, el cual se puede apreciar desde los encuestados la equidad de género en marcha. 5 MIPYME están representados por el nivel académico de primaria correspondiente al 5%, seguido de estudios Universitarios con 57 MIPYME equivalentes al 52%, 48 representantes equivalentes

al 44% con estudios de postgrados, esto indica que la mayoría de los entrevistados y representantes de las MIPYME tienen estudios superiores con un mínimo de años del emprendimiento desde 0.5 años hasta 110 años.

La estratificación de empresas utilizada en el estudio señala la existencia de 50 Microempresas, (1-5 trabajadores), 28 pequeñas empresas (6-30 trabajadores), 32 Medianas empresas (31-100 trabajadores). Se ha encontrado las actividades económicas de Agropecuarias, Financieras, Industrial, Comercial, de Servicios, de la misma manera se apreció que de las estudiadas un 27% no se encontraban registradas ante instituciones legales. Se observó claramente en la consulta las debilidades empresariales y la que más prevaleció fue las capacitaciones y altos costos, así mismo 16 empresas no tienen misión, visión, logos, solo están operando por necesidad de vender el producto, pero sin dirección empresarial, en ese mismo sentido 79 empresas estaban dentro del rango de organización formal y 31 informal a pesar de tener entre 11 a 15 años de estar operando.

En esa misma línea de resultado se encontró que la mayoría un 64% no cuentan con manuales o procesos a seguir, es importante destacar que 22 de estas no pagan prestaciones a sus trabajadores por múltiples razones, en ese mismo sentido se conoció la fase en que se encuentran estas MIPYME con rangos de expansión y crecimiento lento. Los factores que influyen en este proceso lento son por capacidad del personal, capacitaciones, controles administrativos y financieros, oportunidad de mercado e inversiones.

Se puede concluir que hay un proceso de aprendizaje en marcha y que el manejo de conocimiento e información contable en empresas. Se describen aspectos demográficos y organizacionales de las MIPYME, abarcando desde la edad de los emprendedores hasta la

distribución por género y nivel educativo. Esto caracteriza 4 fases. La primera fase es la del paso de prueba y error (ver etapas de aprendizaje ilustración 16) Este nivel sugiere un estado inicial o rudimentario en el proceso de aprendizaje. Las empresas en esta categoría podrían beneficiarse significativamente de programas educativos y de capacitación, así como de herramientas de gestión más sofisticadas.

Por otro lado, la fase dos o paso dos, segundo objetivo específico, caracteriza un grado de aprendizaje y adaptación en marcha. Las empresas en este rango tal vez ya han identificado la importancia del manejo eficiente de la información, pero aún no han alcanzado una madurez operativa. Están en la introducción o incursionando. Una tercera fase en el proceso de aprendizaje señalado dado el manejo de información y conocimiento contable los lleva hacia el paso 3 En este rango, se podría inferir un nivel intermedio de aprendizaje organizacional. Las empresas aquí son probablemente conscientes de la importancia del manejo de la información y podrían estar utilizando sistemas más avanzados para su gestión. Aquí las empresas MIPYME entran creando un mercado más estable y en marcha.

Dada la información generada y la evidencia de la encuesta la fase 4 en el proceso de aprendizaje caracteriza el “crecer” Este nivel podría interpretarse como un alto grado de madurez en el aprendizaje organizacional y en el manejo de la información. Las empresas en este rango probablemente cuentan con procesos bien establecidos y podrían estar utilizando herramientas avanzadas para la toma de decisiones basada en datos.

Con respecto al segundo objetivo específico se puede mencionar que se realizó una sistematización de los procesos económicos y de los avances alcanzados en la muestra de 6 emprendimientos, donde se analizaron MIPYME desde formales e informales, con

emprendimientos iniciando, así como ya establecidas, donde se presentó sus principales fortalezas, debilidades, principales resultados alcanzados y oportunidades de mejoras, el cual la debilidad que más prevalecieron fueron los controles económicos, se presenta la sistematización del emprendimiento 6, el cual es una investigación de propuesta de modelo financiero para impulsar la rentabilidad que es adaptable y puede ser aplicado a cualquier MIPYME, que se le presento a la MIPYME, vinculado con una investigación que fue tutorada por la investigadora a nivel de maestría en Finanzas todo esto aportando a las MIPYME en estudio para toma decisiones.

En síntesis con el objetivo número tres, mediante la relación entre la aplicación del proceso contable por acompañamiento al desarrollo pro emprendedor de las pequeñas y medianas empresas los resultados de su situación financiera es que estas realizan algunos estados financieros al menos 1 del conjunto completo, sin embargo 29 MIPYME no llevan ningún tipo de estados financieros, y los que llevan registros de estados financieros lo realizan en herramienta de Excel, donde el 51% de estos emprendimientos venden sus productos o servicios de contado y crédito.

También se pudo conocer que la mayoría no han participado en ferias por desconocimientos de organismos que aportan a las MIPYME. A si mismo se les consultó sobre la comercialización de sus productos o servicios sobre sus proveedores y competidores donde los rangos coincidían sin variación para las dos primeras y en el tercer caso aumento de los competidores. Del mismo modo de los precios de los productos como también los principales factores para la mejora de sus productos o servicios. Con respecto al acceso del financiamiento de estas MIPYME en estudio se logra observar que 85 correspondiente al

77% tienen acceso de financiamiento por medio de los bancos de la misma manera 10 empresas correspondiente a un 9% dicen que su acceso al financiamiento es por medio de las financieras es importante señalar también que 15 de estas MIPYME equivalente a un 14% solamente tienen acceso al financiamiento por medio de prestamistas por lo tanto estos pagan mayores porcentajes de financiamiento. Se puede señalar que es una desventaja para estas por no tener formalizado sus emprendimientos.

Al mismo tiempo se identificó los procesos de controles contables, administrativos, de mercado y económicos, donde brindaron las MIPYME en estudio sus principales fortalezas y debilidades empresariales relacionados al área de las Ciencias Económicas, por lo cual estas proporcionaron su información y están anuentes a recibir apoyo y acompañamiento para una mejora continua.

Por último, como cuarto objetivo específico, se propuso el programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las Micro, pequeña y mediana empresa donde se presenta con una introducción, justificación y objetivo de la propuesta el cual es el impulso de la investigación, extensión, mediante la vinculación con los ámbitos de actuación, campos de acción, prácticas y pasantías, por medio del desarrollo del currículo por competencias, vinculado al programa de asesoramiento en los procesos de la información de Ciencias Económicas: Contable, Financiero, Administrativo, mercado, económico, a las micro, pequeña y mediana empresa. Identificando los factores claves de la propuesta con un direccionamiento estratégico, en la gestión de acompañamiento económico en la enseñanza-aprendizaje.

En conclusión los resultados presumibles es que el programa de asesoramiento en los procesos de la información económica a las Micro, pequeña y mediana empresa permitirá lograr alcanzar el desarrollo de los proyectos de extensión, mediante la vinculación con los ámbitos de actuación, lo que permite a los docentes y estudiantes contar con espacios para el desarrollo de prácticas de formación profesional y pasantías, aportando en la educación e intervención social, en el area de Ciencias Económicas las MIPYME juegan un papel importante, es ahí donde da vida a los resultados de la investigación el cual las necesidades que tienen estas MIPYME se pueden desarrollar por medio del currículo por competencias en actividades de aprendizaje reales basadas en el campo de acción y ámbitos de actuación.

## Capítulo VII. Recomendaciones

Una vez efectuado el análisis de la lógica y entendimiento contable del Micro, pequeña y mediana empresa para el acompañamiento y aprendizaje emprendedor, se recomienda:

La metodología a implementar debe ser más de carácter práctico que teórico, con un enfoque de aprender haciendo, ajustadas en cada uno de los niveles de aprendizaje de los estudiantes y de las necesidades de cada MIPYME, a partir de las realidades plenas evitando investigaciones meramente conceptuales; es necesario el desarrollo de investigaciones enfocadas a dar respuestas prácticas a problemáticas de la realidad de las MIPYME, los enfoques de los componentes optativos deben de promover el desarrollo de competencias blandas con enfoques de investigación científica.

Disposición para la actualización, innovación y evaluación de los procesos de enseñanza y aprendizaje orientados al logro de objetivos educativos.

La investigación y la innovación en el aprendizaje de los estudiantes y docentes.

Acciones de vinculación, proyección e incidencia social que se ejecuten desde el desarrollo del currículo por competencias acorde a cada uno de sus niveles.

Intercambio académico inter y transdisciplinar.

Estrategias de aprendizajes basadas en competencias por medio de debates, simposios, foros, donde se intercambien las experiencias.

En cada componente de semestre y año los aportes a las MIPYME sean publicados por medio de artículos científicos.

Exposiciones de las MIPYME para ver los logros alcanzados en el proceso de acompañamiento estratégico en el aprendizaje del micro y pequeño empresario.

Las autoridades de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas pongan en marcha el acompañamiento contable, administrativo y económico a las MIPYME ya que los resultados de esta investigación les permitirán tomar algunas decisiones de cara al acompañamiento de estos emprendimientos.

Creación de un Centro de Acompañamiento en el área de Ciencias Económicas para dar llevar a cabo la propuesta.

Metodologías activas para contribuir al desarrollo de competencias en las estrategias de evaluación en el currículo por competencias donde se desarrollen proyectos, estudios de casos, aprendizajes basados en problemas reales, aprendizajes en situ, aprendizajes en TIC, aprender mediante el servicio, investigación con tutoría, aprendizaje cooperativo.

## Capítulo VIII. Limitaciones e implicaciones

### 8.1 Limitaciones

El presente estudio por su relevancia social y educativa se procede a su realización, ya que generará aportes del aprendizaje contable y financiero a las MIPYME. Además, permitirá a las autoridades de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas una serie de retos y desafíos en cuento al acompañamiento contable, administrativo y económico a las MIPYME ya que los resultados de esta investigación les permitirán tomar algunas decisiones de cara al acompañamiento de estos emprendimientos.

La misma importancia y relevancia social ha llevado a identificar algunas limitantes que se dieron durante el desarrollo de la investigación, entre ellas se detallan las siguientes:

Durante el desarrollo y ejecución de investigación fue la población y muestra seleccionada ya que por sigilo de información las MIPYME estaban reacios a dar información. De igual manera las entidades relacionadas al apoyo y desarrollo de las MIPYME debían tener permiso por sus superiores para poder responder la entrevista propuesta para el estudio.

Se menciona que los informantes claves en el desarrollo de la investigación se obtuvieron solamente un 50% del 100% seleccionado, es ahí donde las mismas personas no aportan ni toman importancia a las investigaciones realizadas.

Otra limitante fue la producción de los artículos científicos fueron enviados a la revista REICE por el perfil económico de los artículos y pasaron en revisión por más de 1 año y no fueron aceptados, aduciendo que no se enmarcaban al área económica.

De igual manera se realizó la encuesta por medio de Google Forms ya que los recursos económicos y tiempo no permitieron ir a los puntos de cada MIPYME.

En el caso de la validación de los instrumentos a los expertos que se les envió no todos respondieron y solo se obtuvo validación de expertos nacionales ya que se envió a internacionales, pero no respondieron a la validación.

## **8.2 Implicaciones**

Se comprende por implicancias de la presente investigación a los aportes que brinda como resultado del proceso de investigación producto de las diferentes técnicas e instrumentos de recogida de información aplicados durante el desarrollo y ejecución de esta.

Esta investigación tiene implicancias en la propuesta de programa de asesoramiento en los procesos de la información contable a las Micro, pequeña y mediana empresa a ser presentado a la Facultad Ciencias Económicas, para que en el currículo por competencias se puedan realizar los componentes en el campo de acción y en el ámbito de actuación, vinculando la formación, la investigación y la extensión, aportando así la investigación en lo teórico y práctico, para un acompañamiento a las MIPYME; vinculando así a la sociedad y la Universidad, aportando a la educación e intervención social.

La investigación es solo un punto de partida para realizar otros estudios que contribuyan a las MIPYME y al currículo por competencias de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas, cabe destacar que el modelo propuesto representa lineamientos generales. Es importante que exista un liderazgo en el proceso, esto sería un

proyecto de la Facultad antes mencionada que contenga un monitoreo, seguimiento y evaluación de impacto.

Otra implicancia de la investigación fue la producción de artículos Científicos, para que sean consultadas desde el área de Ciencias Económicas como de otras áreas del conocimiento, los artículos publicados son los siguientes:

- Educación inclusiva para no oyentes del Instituto Miguel de Cervantes, Managua.
- Práctica de Familiarización I de la Carrera de Banca y Finanzas del I Semestre 2022 del Departamento de Contaduría Pública y Finanzas UNAN Managua.
- Inclusividad en la Educación, Experiencias, logros, retos y Desafíos.
- Análisis de la Recaudación Ingresos Tributarios período 2007 – 2020
- Diseño de un modelo de análisis financiero para impulsar la rentabilidad de las MIPYME, caso de estudio pequeña empresa, Sivareña.

En proceso de publicación, el cual ya fueron aceptados por la Revista Torreón Universitario, de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, FAREM-Carazo.

## IX. Referencias

- Álvarez, M, Valdivia. (2015). *La motivación personal del estudiante al servicio de la creatividad para solucionar problemas: un proyecto de extensión*. Recuperado de: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/44905/CIECE\\_03.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/44905/CIECE_03.pdf?sequence=1)
- Acosta Sanabria, R. (2002). *Inserción del eje transversal responsabilidad social en los planes de estudio de la Universidad Metropolitana*. ANALES. Vol. 2, N° 2 (Nueva Serie), 2002: 51-71.
- Administración. (2009). *Administración*. Obtenido de <http://tutorial-administracion.blogspot.com/2009/02/24-programas.html>
- Albert, M. J. (2007). *La Investigación Educativa. Claves teóricas*. Madrid: MacGraw-Hill.
- Alvarez, R. & Grazzi, M. (2019). *Innovation and entrepreneurship in Latin America: What do we know? What would we like to know?* Estudios de Economía.
- Anguita, J. C. (2002). *La encuesta como técnica de investigación*. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *ELSEVIER*, 5.
- Arturo, K. (25 de Septiembre de 2019). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/presupuestos/>

Banco Interamericano de Desarrollo (2006). *El BID y la microempresa*. Recuperado el 18 de julio de 2018, de: <https://www.iadb.org/es/noticias/hojas-informativas/2006-03-13/el-bid-y-la-microempresa%2C2884.html>

Baque, G. J. (2017). *Propuesta de asesoría en Gestión de Emprendimientos en el Cantón Durán*. Guayaquil.

BCN. (2020). [https://www.bcn.gob.ni/estadisticas/revista/Revista\\_Vol\\_7\\_2020.pdf](https://www.bcn.gob.ni/estadisticas/revista/Revista_Vol_7_2020.pdf).

Brannback, Carsrud &. (2007). *Estás intentando ser Emprendedor*.

Baca, T. N y Herrera, T. F (2016). *Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales*. Recuperado de: <file:///E:/DEIS-5%20FAREM-Carazo/Nueva%20carpeta/Articulos%20Donald/08.pdf>

Barrio, J. (2005). *La formación de competencias transversales en los contextos universitarios*. Soporte digital. Ecuador.

Barriga, F. D. (2006). *Enseñanza Situada: Vínculo entre la escuela y la vida* (Primera ed.). D.F., México: McGraw-Hill.

Ballester, Ll. (2004). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. 2ª. Edición. España. Universidad de las Islas Baleares. ISBN 84-7632-888-5

Benavidez, T. P, Guzmán, G.M y Rojas, M. J (2019). *Vínculo Estado-Sector tecnológico-Productivo y su contribución a la innovación en INTA Nicaragua 2013-2015*. Recuperado de: <https://www.camjol.info/index.php/FAREM/article/view/8473/8663>

- Beneitone, P., Esqueti, C., González, J., Marty, M., Siufi, G. y Wagenaar, R. (2007). *Reflexiones y perspectivas de la educación superior en América Latina. Informe final.* In *Proyecto Tuning-América Latina 2004-2007*. Universidad de Deusto-Universidad de Groningen.
- Belkaoui, A. R. (1993). *Accounting theory*. Londres, UK: Hartcourt Brace.
- Bernal, C. A (2010). *Metodología de la Investigación*. Pearson Tercera Edición Colombia.
- Benavides, M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). *Métodos en Investigación Cualitativa: Triangulación*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXIV (1),118-124.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Bolívar, Antonio (2009). *Competencia para el aprendizaje*. Recuperado de: <https://www.competenciasbasicas.webnode.es/news/competencia-para-el-aprendizaje/>
- Boyatzis, R. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. Nueva York: John Wiley and Sons.
- Bunk, G. P. (1994). “*La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento de profesionales en la RFA*”, *Revista Europea de formación profesional*. Berlín: CEDEFOP, núm. 1, pp. 8-14
- Cabrera de Palacio, M. (2016) *El reto de la práctica contable de las empresas PYME de Latinoamérica*. En: *Revista Colombiana de Contabilidad*, Vol.III, nro. 8. Julio-

- Diciembre 2016. Págs. xx – xx. Asociación Colombiana de Facultades de Contaduría Pública ASFACOP. Recuperado de: <https://ojs.asfacop.org.co/index.php/asfacop/article/view/7>
- Cobo, A (2020). *Contabilidad para micro, pequeña y mediana empresa: 9 aspectos clave para aplicarlo*. Recuperado de: [https://actualicese.com/contabilidad-para-micro, pequeña y mediana empresa-9-aspectos-clave-para-aplicarla/](https://actualicese.com/contabilidad-para-micro,pequeña-y-mediana-empresa-9-aspectos-clave-para-aplicarla/)
- Cordón, C.M (2019). *Integración de las funciones sustantivas de la universidad y relación Universidad-Sociedad-Estado*. Recuperado de: <https://revistacompromisosocial.unan.edu.ni/index.php/CompromisoSocial/article/view/21>
- Cortés J. y Henao, M. (2018). *Micro, pequeña y mediana empresa: análisis empírico de algunos problemas*. En Contexto, 6(8), 187-207. Recuperado de: <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/486/649>
- COSEP. *Encuesta de Empresas Sostenibles Nicaragua 2015: identificación de obstáculos para el desarrollo empresarial / Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP); Organización Internacional del Trabajo. - Ginebra: OIT, 2015*. Recuperado de: [https://cosep.org.ni/rokdownloads/main/cosep\\_encuesta\\_empresas\\_2015.pdf](https://cosep.org.ni/rokdownloads/main/cosep_encuesta_empresas_2015.pdf)
- Castrillo, J (2015). *Competencias más importantes para la disciplina administrativa en Colombia*. Recuperado de: <file:///C:/Users/user/Downloads/1-s2.0-S0186104215000327-main.pdf>
- Caro, L. (23 de Abril de 2020). *Los 12 tipos de Emprendimientos y sus características*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tipos-de-emprendimiento/>

*Centro de Gestión Educativa, Formativa y Humanitaria.* (2019). Obtenido de <http://www.cevec.org.mx/index.php/modelo-educativo/rol-del-asesor>

Cerda, U.G. (2017). *Análisis del comportamiento del emprendimiento y su importancia para el desarrollo socioeconómico de Nicaragua.* Managua.

Crewswell, J. (2002). *Educational research: Planning conducting, and evaluating. Quantitative and qualitative research.* Ohio: Merrill Prentice Hall.

Cuesta, M. (2009). *Introducción al muestreo.* Universidad de Ovideo.

Choi, DCS y Mueller, G.G (1992). *International accounting New Jersey, NJ.* Prentice Hall.

Davenport y Prusak (2001). *Conocimiento en Acción. Cómo las organizaciones manejan lo que saben.* Buenos Aires: Pierson Education.

Declaración y Plan de Acción. CRES (2018). *Declaración y Plan de Acción Papel de Trabajo III Conferencia Regional de Educación Superior.* Recuperado de: <https://www.utn.edu.ar/images/Secretarias/SGral/PropuestaPlanDeAccionCres2018.pdf>

Dether, M. (2009). *¿Qué es la formación de Emprendedores?*

Diccionario (2020). *Educación.* Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/educacion/>

Días, P.V (2011). *Relación entre Sociedad del Conocimiento.* Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/283/28322503017.pdf>

Durkheim. *Educación y sociología.*

Ducci, M. (1997). *El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional. In Seminario Internacional sobre Formación Basada en Competencia Laboral: Situación actual y perspectivas, Guanajuato, México.* Montevideo: Cinterfor.

Dutra Bentancor, Aná Inés, Rossi Carrizo, Ana Stefany. (2011). *Emprededurismo en Uruguay.* Uruguay.

*Ejes del Programa Nacional de Desarrollo Humano 2018-2021.* Recuperado de: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/nicaragua.ejes%20del%20programa%20nacional%20de%20desarrollo%20humano.pdf>.

Escobar, J. y Cuervo, A. (2008). *Validez de Contenido y Juicio de Expertos: Una Aproximación a su utilización. Avances en Medición, 6, 27-36.* Recuperado de [www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3\\_Juicio\\_de\\_expertos\\_27-36.pdf](http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf)

Escobar, S.A (2016). *Esquemas de Aprendizaje de la Gramática.* Recuperado de: (PDF) Tesis doctoral Esquemas de aprendizaje de la gramática20191027 71847 1auzt8j | Álvaro Antonio Escobar Soriano - Academia.edu

Eurasquin, C y Zabaleta, B (2006). *Articulación entre investigación y extensión universitarias: aprendizajes en la diversidad y cruce de fronteras.* Recuperado de: <http://www.beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/46/Articulaci%C3%B3n%20entre%20investigaci%C3%B3n%20y%20extensi%C3%B3n%20universitarias%20%20aprendizajes%20en%20la%20diversidad%20y%20cruce%20de%20fronteras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Escoto, M. (11 de Octubre de 2019). *Nicaragua y las oportunidades en el Emprendimiento*.

Obtenido de El 19 Digital: <https://www.el19digital.com/>

Estupiñan, R. (2017). “*Estados Financieros Básicos bajo NIC/NIIF*” 3ª Ed, Bogotá,

Colombia: ECO Ediciones Ltda.

Ezequiel Herruzo Gómez, Brizeida r. Hernández Sánchez, Giuseppina María Cardella, José

C. Sánchez García. (2019). *Emprendimiento e Innovación (Oportunidades para todos)* (pág. 11). Madrid: DYKINSON.

Herruzo (2011). *Emprendimientos*.

Fernández, P. y Melero, M.A. (1998). *La interacción social en contextos educativos*. Madrid.

Siglo XXI.

Fomento, C. A. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*.

Fuentes, G. (s.f.). *Bring Connections*. Obtenido de <https://bringconnections.es/etapas-de-un-negocio/>

Funides (2016). *Competencias que demandan las empresas en Nicaragua*. Recuperado de:

<https://funides.com/publicaciones/competencias-que-demandan-las-empresas-en-nicaragua/>

Franco, M (2011). Funides. *Causas del crecimiento económico de largo plazo de Nicaragua*.

Recuperado de: [https://funides.com/wp-content/uploads/2019/09/Causas\\_del\\_decrecimiento\\_economico\\_de\\_largo\\_plazo\\_de\\_nicaragua.pdf](https://funides.com/wp-content/uploads/2019/09/Causas_del_decrecimiento_economico_de_largo_plazo_de_nicaragua.pdf)

Franco, R. (1996). *Reflexiones contables: Teoría, educación y moral*. Armenia, Colombia: Investigar.

Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Argentina: Siglo Veintiuno.

Freire, A. (2008). *Pasión por Emprender: de la idea a la cruda realidad*. Argentina .

García, J. J (2019). *Aportes del bufete jurídico Roberto González UNAN-Managua en la defensa de los derechos fundamentales*. Recuperado de: <https://revistacompromisosocial.unan.edu.ni/index.php/CompromisoSocial/article/view/26>

Gazo, R. J (2018). *Prácticas profesionales, Proyección y Extensión Social. Aproximación a la experiencia de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas 2014-2015*. Recuperado de: <https://www.lamjol.info/index.php/torreon/article/view/7714>

Gaete, Q. R (2015). *El voluntariado universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social*. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/udecada/v23n43/art09.pdf>

García, G. (Octubre de 2018). *Emprende Pyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-asesorias.html>

Gavidia, V., Aguilar, R. y Carratalá, A. (2011). *¿Desaparecen las transversales con la aparición de las competencias? Dpto. Didáctica CC. Experimentales y Sociales Universidad de Valencia*. *Didáctica de las ciencias experimentales y sociales*. No. 25. 2011, 131-148.

García, V.F (2016). *La formación de competencias transversales en los estudiantes de ingeniería agropecuaria durante las prácticas y pasantías*. Recuperado de: <https://repositorio.uho.edu.cu/jspui/bitstream/uho/2423/1/tes.pdf>

Gardey, J. P. (2013). *Definición.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/validacion/>

Gómez, T (2014). *Extensión universitaria, proyección social y su relación con la investigación y formación profesional en el marco del proceso de acreditación universitaria en la FII*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81640855006.pdf>

Gómez, G.R (2015). *La investigación desde las prácticas de familiarización*. Recuperado de: <https://multiensayos.unan.edu.ni/index.php/multiensayos/article/download/103/104/>

González, A. (2003, octubre-diciembre). *Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales*. ISLAS, 45(138):125-135.

González, U. A, Betanco, G. R y Medrano, G. W (2017). *Relación del perfil profesional y desempeño laboral del seguimiento a graduado de la licenciatura en fisioterapia de los años 2005 y 2009*. Recuperado de: <https://repositorio.unan.edu.ni/3659/1/ARTICULO%20CIENTIFICO%20CD-Aniuska.pdf>

González, A. (13 de febrero de 2018). *Emprende pyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-productos.html>

González, L. Á. (2 de Febrero de 2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico. Teoría*. Obtenido de [www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/](http://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/)

González y Bermúdez (2010). *Microempresas análisis empíricos de algunos problemas.*

Recuperado de: file:///C:/Users/Docente/Downloads/myagudelou,+Micro, pequeña y mediana empresa%20(1).pdf

Gonzalo, M (2021). *Empresas fracasan por falta de contabilidad, dice experto.* Recuperado

de: <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/432215-empresas-fracasan-falta-contabilidad-dice-experto/>

Guzmán, G. M (2017). *La innovación como estrategia para el desarrollo de los sistemas en*

*la agricultura familiar de Nicaragua.* Recuperado

de:<https://repositorio.unan.edu.ni/8732/1/6Texto%20del%20art%C3%ADculo-565-1-10-20180912.pdf>

Gonczy, A. (1997). *Problemas asociados con la implementación de la educación basada en*

*la competencia: de lo atomístico a lo holístico.* In *Formación basada en competencia*

*laboral.* Cinterfort, OIT.

González G, V. (2014). *Innovar en docencia universitaria: algunos enfoques pedagógicos.*

Revista InterSedes. 15(31). ISSN 2215-2458.

<https://www.scielo.sa.cr/pdf/is/v15n31/a05v15n31.pdf>

Guba, E y Lincoln, Y. (2002). *Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa.*

En Denman, C. y Haro, J. (Comp.). *Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social.* Pp. 113-145. El Colegio de Sonora, México.

ISBN 968-

[http://www.ustatunja.edu.co/cong/images/curso/guba\\_y\\_lincoln\\_2002.pdf](http://www.ustatunja.edu.co/cong/images/curso/guba_y_lincoln_2002.pdf)

Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación. (2ª ed).* Barcelona: Paidós Ibérica.

Heindenreich M. *Die Debate um die Wissensgesellschaften.* En: Bösch S, Schulz-Schaeffer I (Ed.) *Wissenschaft in der Wissensgesellschaften.* Opladen: Westdeutscher Verlag; 2003.

Hendriksen, E. S. (1974). *Teoría de la contabilidad.* México: UTEHA.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación (5ta Edición).* México DF: McGraw-Hill.

Hoffmann, T. (1999). The meanings of competency. *Journal of European Industrial Training.*, 23/6, 275–286.

INIDE, I. N. (2010). *Censo Económico Urbano: Resultados de Masaya.*

IASB, (2018) *Norma Internacional de Información Financiera para Micro, pequeña y mediana empresa (NIIF para las Micro, pequeña y mediana empresa).*

Jaramillo, S. y Osses, S. (2012). *Validación de un Instrumento sobre metacognición para estudiantes de segundo ciclo de Educación General Básica.* Estudios Pedagógicos XXXVIII, N° 2. pp. 117-131.

Jiménez Burillo (1981). *Psicología Social.*

Katz y Kahn (2016). *Sistema Social.* Recuperado de: <https://know.net/es/cieeconcom/gestion/sistema-social-katz-y-kahn/>

- Krüger, Karsten. *El concepto de sociedad del conocimiento*. Biblio 3w: revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales, [en línea], 2006, Vol. 11. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Biblio3w/article/view/71882> [Consulta: 9-12-2020].
- Majó, Joan (2000). *Nuevas tecnologías y educación*. Conferencia celebrada durante la presentación del 1er informe de las TIC en los centros de enseñanza no universitaria.
- Martínez, J. (2008). *Las competencias transversales: el emprendimiento, una necesidad en la formación de profesionales universitarios*. Soporte digital. Chile.
- Martínez M, Maritza Haydeé; Aguilar P, Yamilex del Socorro & Aragón G, Mibsan. (Julio 2011). *Prácticas pre profesionales en ciencias administrativas e informáticas de la URACCAN-Nueva Guinea, 2009*. *Ciencia e interculturalidad*, 41-50.
- Martínez González, R.A. (2007). *La Investigación en la Práctica Educativa: Guía Metodológica de Investigación para el Diagnóstico y Evaluación en los Centros Docentes*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia. Dirección General de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa.
- MEFFCCA (Ministerio de la Economía Familiar, C. C. (2021). *Ministerio Agropecuario (MAG Nicaragua)*. Obtenido de <https://www.mag.gob.ni/index.php/mefcca>
- Mejía, Soto (2008). *Fundamento teórico del modelo contable para las micro, pequeña y mediana empresa*. Recuperado de: <https://pdf.sciencedirectassets.com/287546/1-s2.0-S0123592308X70068/1-s2.0-S0123592308700378/main.pdf>

Medrano, C. R. (2021). *Gestión de la calidad en la Unidad de Educación Continua y Posgrado (UECP) de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*. Recuperado de <https://repositorio.unan.edu.ni/16521/>

Miller (1978) *Sistemas vivientes*.

Molinari, F.L. (2008). *Por qué fracasan algunos emprendedores? Los quince errores más frecuentes*. Recuperado de: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20449/por-que-fracasan-algunos-emprendedores-los-quince-errores-mas-frecuentes>

Molina, M. D. (2017). *Plan de Negocio de Asesorías Administrativas y Contables en Pequeñas Empresas y Personas Naturales (INTEGRAL CONSULTING LAR S.A.S) en la Ciudad de Villavicencio-Meta*. Villavicencio.

Montoya, J. , Correa, G., & Mejía, L. (2009). *Emprendimiento: Visiones desde las teorías del Comportamiento humano*. En J. , Montoya, *REVISTA EAN* (págs. 153-168).

McKernan, J. (2001). *Investigación-acción y currículum*. (2ª ed). Madrid: Morata.

Naciones Unidas, CEPAL. *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Recuperado de: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf)

Nicaragua, N. J. (1985). *Ley del ministerio de cooperacion externa*. Nicaragua.

Normas y orientaciones para la elaboración de programas y guías de aprendizaje. *Documento interno*. Universidad de Deusto, (2006).

OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Paris.

ONU (2015). *Objetivo de Desarrollo Sostenible*

Olivas, V. A y Córdoba, P. K (2019). *Experiencia de la transformación socio- económica en la comunidad y la familia a través de los egresados del programa UNICAM en el "La Sabana" Departamento de Madriz y Miraflor Sub-zona del Municipio de Estelí, en el primer semestre del año 2019*. Recuperado de:  
<https://repositorio.unan.edu.ni/11240/1/19863.pdf>

Orozco, F (2004). *La extensión universitaria y la Universidad Pública*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/340/34003906.pdf>

Orozco, A.J (2016). *La Didáctica de las Ciencias Sociales en la Carrera de Ciencias Sociales. Impacto del Desempeño de los docentes del área de Ciencias Sociales en Managua*.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). *Hacia las sociedades del conocimiento (Informe publicado en el 2005)*. Extraído en 2008 de: [http:// unesdoc.unesco.org/images/ 0014/001419/141908s.pdf](http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf) .

Oviedo, H. y Campos A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente Alfa de Cronbach*.  
Revista Colombiana de Psiquiatría. XXXIV (4), 572-58

Paur, Rosanigo y Bramati (2006). *La educación en la sociedad del conocimiento*. Recuperado de:  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/19258/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/19258/Documento_completo.pdf?sequence=1)

Padilla, C.I (2019). *Función social de la universidad, integración de las funciones sustantivas, con la comunidad, equipo de trabajo y disciplinas*. Recuperado de: <https://revistacompromisosocial.unan.edu.ni/index.php/CompromisoSocial/article/view/22>

Psicología Online (2018). *Las organizaciones como sistemas sociales*. Recuperado de: <https://www.psicologia-online.com/las-organizaciones-como-sistemas-sociales-1732.html>

Puertas, V. S (2015). *Psicología de la Educación*. Recuperado de: <https://clarisaupes.files.wordpress.com/2015/08/psicologc3ada-social-de-la-educaciac3b3n.pdf>

Pérez Hernández, S. J. (2015). *Impacto Socioeconómico del Programa Conjunto Juventud, Empleo y Migración en el Municipio de Matagalpa, Primer Semestre 2014*. Matagalpa.

Quezada. R (2015). *El voluntariado universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social*.

Quintanilla, M. A (2007). *La investigación en la sociedad del conocimiento*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/28181986\\_La\\_investigacion\\_en\\_la\\_sociedad\\_del\\_conocimiento](https://www.researchgate.net/publication/28181986_La_investigacion_en_la_sociedad_del_conocimiento)

Ramírez, G.X, Guerrero, H. D y Toruño, R.G (2017), *Aportes de la administración de recursos humanos en el desarrollo organizacional del Hospital de Pueblo Nuevo*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/80118619.pdf>

- Ramón, G. G y González, F.M. (2019). *La responsabilidad social de la universidad: antecedentes, conceptos, tendencias y retos de la extensión universitaria*. Recuperado de:  
<https://revistacompromisosocial.unan.edu.ni/index.php/CompromisoSocial/article/view/18>
- Riaga, O.C (2011). *La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/834/83421404008.pdf>
- Rey, L. (2015). *La formación de las competencias profesionales del auditor en los estudiantes de licenciatura en contabilidad y finanzas*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya, Cuba.
- Rafael Luna, Damaris Chaves. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA /CAPAS/USAID.
- Raffino, M. E. (26 de Junio de 2020). *Concepto de objetivo*. Obtenido de <https://concepto.de/objetivo/>
- Rendón, L. L (2019). *Conocimiento de las responsabilidades contables y tributarias de los microempresarios de tolima-colombia1*. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/192-Textodoartigo-595-1-10-20190202.pdf>
- Rojas, A. R. (2002). *Fortalecimiento Comunal: Monitoreo y Evaluación*. San José, Costa Rica: FUPROVI.
- Rosero y Molina. (2008). *Sobre la Investigación de Emprendimiento, Informes psicológicos*.

- Roberto, S.S (2014). *Acompañamiento contable, un factor determinante en el aprendizaje del microempresario.* Recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/1.01.pdf>
- Rodríguez, M. (2012). *De la evaluación a la formación de competencias genéricas: Aproximación a un modelo.* Soporte digital. Ecuador.
- Rodríguez, D (2009). *La Creación y Gestión del Conocimiento en las Organizaciones Educativas: Barreras y Facilitadores.*
- Romero, J. (2001). *Contabilidad Intermedia, Capítulo IV.* Mexico D.F. Cedrio No. 512 Col, Atlamp: Ciploma, S.A.
- Sánchez, A. (2004). *Competencias Transversales: Una mirada actual.* Universidad de Los Lagos – Chile. <http://www.open.edu/openlearnworks/mod/page/view.php?id=35771>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Sánchez, M. (2003). *Perfil Psicológico del autoempleado.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Santibáñez, P. S. (4 de Noviembre de 2015). *Los 6 retos del emprendimiento social.* Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/269174>
- SINNAPS. (s.f.). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/definicion-de-proyecto>

Sánchez, M. D (2020). *Qué es el Fondo para Proyectos de Investigación (FPI) en la UNAN Managua*. Recuperado de:

<https://revistatorreonuniversitario.unan.edu.ni/index.php/torreon/article/view/299>

Sánchez Espinoza, J. (2004). *Metodología de la Investigación Científica (Tomo I)*. Managua: Distribuidora Cultural.

Salazar (2017). *Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*. Recuperado de: [file:///C:/Users/user/Downloads/6142-Texto%20del%20art%C3%ADculo-21063-2-10-20180719%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/6142-Texto%20del%20art%C3%ADculo-21063-2-10-20180719%20(2).pdf)

Santos, M. A. (1990). *Hacer visible lo cotidiano. Teoría y práctica de la evaluación cualitativa de los centros escolares*. Madrid: Akal.

Schein, E (S.F), *Cultura Organizacional*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/214018698/Cultura-Organizacional-de-Edgar-Schein>

SCORE Association (2020). *Los 10 principales errores de contabilidad de las pequeñas empresas*. Recuperado de: <https://www.score.org/blog/los-10-principales-errores-de-contabilidad-de-las-pequenas-empresas>

Sepúlveda, R.M (2014). *Las Competencias Transversales, base del Aprendizaje para Toda la Vida*. <https://recursos.portaleducoas.org/sites/default/files/5073.pdf>

Simpson, J. (2003). *La formación de competencias transversales*. Documento en soporte digital. Ecuador.

- Tobón, S. (2006): *Formación basada en competencias*, ECOE ediciones Ltda, Segunda edición, Bogotá, DC.
- Trullén, M. (2008). *Competencias transversales: algunas consideraciones teóricas*. Soporte digital. Recuperado de: <http://www.uab.es/servlet/Satellite/bolonia/web-de-consulta-del-ees-bolonia-1227254552133.html>
- Tessmer, M. (1990). *Environment analysis: A neglected stage of instructional design*. Educational Technology Research and Development. En M. Tesmmer.
- Torres, C. (2010). Estudios Gerenciales. En *Consideraciones par ala formación en emprendimiento: Explorando nuevos ámbitos y posibilidades* (págs. 41-50).
- Umaña, L. (11 de Noviembre de 2019). Proyecto de Fortalecimiento de MIPYME fomenta desarrollo de nuevos emprendimientos en Nicaragua. *El 19 Digital*.
- UniMOOC. (19 de Noviembre de 2018). *Blog de Emprendedores*. Obtenido de <https://unimooc.com/sobre-el-empleado-de-tu-negocio/>
- UNESCO, (1995): *Documento de política para el cambio y el desarrollo en educación superior, UNESCO, París, Francia*.
- Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua. (2011). *Modelo Educativo, Normativa y Metodología para la Planificación Curricular 2011*. Managua: Consejo Universitario de la UNAN Mangua.
- Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (2014). *Programa de Prácticas de Familiarización I Banca y Finanzas*. UNAN Managua

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua. (2021).

*Estrategia de continuidad de la formación de grado en posgrado.* Editorial

Universitaria UNAN-Managua.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua. (2021).

*Metodología para la evaluación del currículo por competencias en la Unan-*

*Managua.* Editorial Universitaria UNAN-Managua.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua.

(2021). *Normativa De Prácticas De Formación Profesional (PFP) y Pasantías.*

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN-Managua. (2023).

*Glosario del documento curricular por competencias UNAN Managua.* Editorial

Universitaria UNAN-Managua.

Urcuyo, R (2016). FUNIDES. *Identificando algunas barreras al crecimiento económico y*

*reducción de pobreza en Nicaragua.* Recuperado de:

[https://funides.com/publicaciones/competencias-que-demandan-las-empresas-en-](https://funides.com/publicaciones/competencias-que-demandan-las-empresas-en-nicaragua/)

[nicaragua/](https://funides.com/publicaciones/competencias-que-demandan-las-empresas-en-nicaragua/)

Vera, S. P, Galvis y González (2013). *Concretando la tercera misión (3m) de la universidad*

*pública regional. Impactos y percepciones de un proyecto de extensión.* Recuperado

de: <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/758/720>

Vilchez ,T. R. (2019). *Apuntes de contabilidad básico.* Córdoba, Argentina: El Cid Editor,

San Nicolás 336- 5004 Córdoba, Argentina.

Villalobos, F. (7 de Febreo de 2017). *FV Infraestructura (Cooperación, Evaluación, Mejores didácticas)*. Obtenido de

<http://federicovillalobos.com/blog/capsula1#:~:text=Las%20fuentes%20de%20fondo%20se,o%20una%20combinaci%C3%B3n%20de%20ambos>.

Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de Diseño de Proyectos de desarrollo sostenible*. Cajamarca, Perú: Publiser Comunicaciones S.R.L.

Vygotsky, L. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.

Warren, C., Reeve, J., y Duchac, J. (2016), “*Contabilidad Financiera*” 14<sup>a</sup> Ed, D.F. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Weick (1969). *Entorno de la organización*

Zambrana, H.R (2007). *El paradigma de las competencias hacia la educación*. Recuperado de: [superiorhttps://www.redalyc.org/pdf/909/90915108.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/909/90915108.pdf)

## **X. Anexos**

## Anexo A. Caracterización del grupo de especialistas

Número	Centro de Trabajo	Perfil Profesional	Años de experiencia	Área profesional en que se desempeña	Cargo Actual
1	UNAN Managua	Economista con maestría en econometría, experto en modelos econométricos, estadísticos y optimización, aplicados en la evaluación de impacto de políticas económicas, con más de 15 publicaciones de artículos en revista indexada, ganador del segundo lugar en certamen de	9 años como docente e investigador en UNAN-MANAGU A	Docente – Investigador, en métodos cuantitativos, desarrollo de modelos econométricos, diseños muestrales, análisis descriptivo e inferencia estadística aplicada en investigación económicas, sociales,	Docente de economía / Sub editor de Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas (REICE) en la UNAN-MANAGU A

		<p>económica, finanzas y desarrollo que promueve el Banco Central de Nicaragua (BCN), con dominio avanzado del software estadístico Stata, SPSS, Gretl y Eviews.</p>		<p>financieras y empresariales.</p>	
2	<p>UNAN Managua</p>	<p>Economista, Doctorado en Ciencias Económicas</p>	<p>35 años</p>	<p>Ciencias Económicas, ex vicedecana de la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas, ex Directora del Departamento de Economía.</p>	<p>Docente</p>

3	UNAN Managua	Contador Público	30años	<p>Área profesional en que se desempeña:</p> <p>Contabilidad financiera, Auditoria, Finanzas. En tiempo pasado director de escuela de contaduría Pública y finanzas, director de Procomin, miembro de la junta directiva del CCPN como secretario, segundo vocal y secretario del tribunal de honor</p>	Docente
---	-----------------	------------------	--------	---	---------

				y actualmente Miembro de comisión de educación continuada del CCPN.	
4	UNAN Managua	Profesional de la Educación con 44 años de experiencia en Educación Superior, media y primaria. Magister en Administración de empresas e instituciones UNAN MANAGUAPROC OMIN, Maestro en Didácticas específicas y Administración del currículo UAB	44 años	Asesor curricular	Asesor Curricular

		<p>UNAN MANAGUA, DR en Educación con énfasis en Investigación educativa, Administrador Centro Universitario Regional de Carazo, ex Decano fundador de FATEM Carazo. Ex Vicerrector Administrativo y de Gestión, ex Director de Docencia de Grado, asesor metodológico de Docencia de Grado UNAN MANAGUA</p>			
--	--	---	--	--	--

5	Dirección General de Ingresos	Máster en Derecho Tributario, Máster en Hacienda Pública y Administración Tributaria	6 años	Tributación y Docencia	Coordinador de Maestrías en Contabilidad con Énfasis en Auditoría DGI
6	UNAN Managua	Especialista en Medicina Interna, Máster en Salud Pública, Doctor en Educación y Gestión de la calidad de la Educación.	22 años	Asesor- Docencia	Ejecutivo de la Dirección de Docencia de la UNAN Managua.
7	UNAN Managua	Doctor en Educación	22 años	Asesor- Docencia	Ejecutivo de la Dirección de Docencia

					de la UNAN Managua.
--	--	--	--	--	------------------------

*Nota: Elaboración Propia.*

**Anexo B. Hoja de valoración de expertos para cuestionario y guiones para entrevistas en profundidad.**

Por este medio me dirijo a usted para comunicarle que por su formación académica, científica, trayectoria investigativa y valores que lo caracterizan, ha sido seleccionado como experto para evaluar el presente cuestionario para la realización de Tesis para optar al Grado de Doctor en Educación e Intervención Social. Sus aportes son de extrema importancia para darle validez a los resultados de esta investigación. Me suscribo de usted, no sin antes agradecerle de antemano por el apoyo brindado como expertos en el área Investigativa.

El presente instrumento tiene como objetivo obtener información sobre su valoración del cuestionario en archivo anexo. Con su valioso aporte se podrá mejorar ese instrumento a fin de que sea más comprensible para las MIPYME y permita recopilar información; diagnóstica, válida sobre sus aprendizajes en el área contable financiera. Con todo respeto le agradezco, responder de manera individual, objetiva, honesta y propositiva a cada una de las interrogantes. La información obtenida es exclusiva para esta investigación y se garantiza el anonimato de cada informante.

**Objetivo del juicio de expertos:**

1. Validar la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia del contenido de cada ítem del instrumento a aplicar.

**Objetivo del instrumento:**

1. Validar el instrumento a partir de los puntajes y calificación asignada por los expertos a cada uno de los ítems que se aplicará.

**Hoja de valoración de expertos**

**Centro de trabajo:**

**Perfil profesional:**

**Años de experiencia:**

**Área profesional en que se desempeña:**

**Cargo Actual:**

**Valore de manera objetiva las siguientes cuestiones teniendo en cuenta la siguiente escala:**

**1: muy adecuado, 2: aceptable, 3: regular, 4: bajo, 5: muy inadecuado.**

<b>N</b>	<b>Interrogante</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	La cantidad de interrogantes es...					
<b>2</b>	Los temas abordados en el cuestionario son					
<b>3</b>	El sentido de las interrogantes es...					

4	La sintaxis de las interrogantes es...					
5	El orden de la interrogante en el cuestionario es...					
6	Los tipos de interrogantes que se han elaborado (cerradas y semiabiertas) son...					
			<b>Sí</b>	<b>No</b>		
7	¿Los instrumentos tienen relación con los objetivos de la investigación?					
8	<b>En caso de contestar negativamente a la interrogante anterior, por favor, indique en qué aspecto o aspectos se debería cambiar o modificar (hacerlo en hojas anexas).</b>					
9	¿De acuerdo con su experiencia, cree necesario eliminar algún ítem?					
10	Por favor, indique cuál o cuáles (en hojas anexas escriba los números de los ítems que deben ser considerados para eliminarlos y exprese una breve justificación).					
11	¿De acuerdo con su experiencia, cree necesario incluir algún ítem?					
12	Por favor, escriba cuáles y justifique brevemente.					

**Nota:** Adaptado de Martínez (2013). Citado en Escobar, S.A (2016). Valores de la escala de intensidad: 1: muy adecuado, 2: aceptable, 3: regular, 4: bajo, 5: muy inadecuado.

### **Hojas anexas**

**1) Respuesta a la interrogante (8):**

**2) Respuesta a la interrogante (10):**

**3) Respuesta a la interrogante (12):**

*¡Gracias por su colaboración!*

**Anexo C. Hoja de valoración de la encuesta para MIPYME del grupo de pilotaje.**

El presente instrumento tiene como objetivo obtener información sobre su valoración de la encuesta. Con su valioso aporte se podrá mejorar el instrumento a fin de que sea más comprensible para las MIPYME y permita recopilar información diagnóstica válida sobre Acompañamiento contable estratégico en el aprendizaje del micro y pequeño empresario.

La información obtenida es exclusiva para esta investigación y se garantiza el anonimato de cada informante.

**1. Su comprensión del cuestionario ha sido:**

1.1 (1: Muy adecuado)

1.2 (2: Aceptable)

1.3 (3: Regular)

1.4 (4: Bajo)

1.5 (5: Muy inadecuado)

**2. ¿Comprendió todas las preguntas del cuestionario?**

**a. Si**

**2.2 No**

**2.3 Si su respuesta es no, escriba los números:**

---

**3. ¿Es necesario eliminar alguna pregunta?**

**3.1 Si**

**3.2 No**

**3.3 Si su respuesta es sí, escriba los números:**

---

**4. ¿Es necesario introducir alguna pregunta?**

**4.1 Si**

**4.2 No**

**4.3 Si su respuesta es sí, escriba los números:**

---

**5. La extensión del cuestionario es:**

1.1 (1: Muy adecuado)

1.2 (2: Aceptable)

1.3 (3: Regular)

1.4 (4: Bajo)

1.5 (5: Muy inadecuado)

*Nota: Adaptado y ampliado a partir de Martínez (2013). citada en Escobar (2016).*

Se detalle que el instrumento fue enviado por drive se muestra imagen.

## Valoración de la encuesta para MIPYMES del grupo de pilotaje.

El presente instrumento tiene como objetivo obtener información sobre su valoración de la encuesta. Con su valioso aporte se podrá mejorar el instrumento a fin de que sea más comprensible para las MIPYMES y permita recopilar información diagnóstica válida sobre Acompañamiento contable estratégico en el aprendizaje del micro y pequeño empresario.

La información obtenida es exclusiva para esta investigación y se garantiza el anonimato de cada informante.

**Su comprensión del cuestionario ha sido \***

- 1.1 (1: Muy adecuado)
- 1.2 (2: Aceptable)
- 1.3 (3: Regular)
- 1.4 (4: Bajo)
- 1.5 (5: Muy inadecuado)

**¿Comprendió todas las preguntas del cuestionario? \***

2.1 Si

2.2 No

---

**2.2 Si su respuesta es no, escriba los números:**

Texto de respuesta larga

---

**3. ¿Es necesario eliminar alguna pregunta? \***

**3.3 Si su respuesta es sí, escriba los números:**

Texto de respuesta larga

---

**4. ¿Es necesario introducir alguna pregunta? \***

4.1 Si

4.2 No

---

**4.3 Si su respuesta es sí, escriba los números:**

**5. La extensión del cuestionario es:**

- 1.1 (1: Muy adecuado)
- 1.2 (2: Aceptable)
- 1.3 (3: Regular)
- 1.4 (4: Bajo)
- 1.5 (5: Muy inadecuado)

## Anexo D.

### Encuesta. MIPYME

Estimados reciban un cordial saludo, tomando en cuenta su valiosa experiencia y criterios les solicito responder el siguiente cuestionario; el cual tiene como objetivo, indagar sobre el estudio “**Acompañamiento contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros y pequeños empresarios**”. Agradeciendo su valioso aporte. La información obtenida es exclusiva para esta investigación y se garantiza el anonimato de cada informante.

N	Encuesta	1	2	3	4	5	6	P.A
	<b>I. Datos generales</b>							
1	Edad							X
2	<b>Sexo</b> <b>Escala:</b> 1: (Femenino), 2: (Masculino)							
3	<b>Nivel académico</b> <b>Escala:</b> 1: (Primaria), 2: (Secundaria), 3: (Universidad), 4: (Postgrado), 5 (Doctorado)							
	<b>II. Situación del negocio</b>							
4	<b>Hace cuanto inicio el negocio (años)</b>							X

5	<p><b>¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?</b></p> <p><b>Escala: 1: (1-5), 2: (6-30), 3: (31-100)</b></p>								
6	<p><b>¿A qué actividad económica se dedica su MIPYME?</b></p>								X
7	<p><b>¿Está registrada su MIPYME en? Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala: 1: (DGI), 2: (Alcaldía), 3: (INSS), 4: (Ninguna)</b></p>								
8	<p><b>¿Qué debilidades empresariales presentan? Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala: 1: (Altos costos), 2 (Acceso a Financiamiento), 3: (Liquidez), 4: (Capacitación), 5:( Otros).</b></p>								
8.1	Si es la opción Otros especificar.								X
9	<p><b>¿Utiliza alguna herramienta de planificación? Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala: 1: (Presupuestos), 2: (Plan de marketing), 3: (Herramientas Financieras), 4: (Ninguno), 5: (Otros).</b></p>								
9.1	Si es la opción Otros especificar.								X
	<b>III. Organización</b>								

10	<p><b>¿Su Mi pyme tiene? Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Visión y Misión), 2: (Valores y Objetivos), 3: (Organigrama), 4:(Logos), 5: (Ninguna de las anteriores)</p>							
11	<p><b>¿Con qué tipo de organización se identifica su empresa?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Organización formal), 2: (Organización Informal)</p>							
11.1	<p>Si la respuesta es Organización Informal mencione ¿Por qué la considera de esa manera?</p>							X
12	<p><b>¿Existen manuales que describan las actividades que se realizan dentro de la empresa?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (Si), 2: (No)</p>							
13	<p><b>¿Utiliza algún tipo de proceso de reclutamiento de trabajadores en su empresa?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)</p>							
14	<p><b>¿Cuáles son los pasos que aplica para seleccionar a un colaborador?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (Entrevista), 2: (Solicitud, entrevista, prueba, y contrato), 3: (Entrevista y contrato), 4:(Otros).</p>							

14.1	Si es la opción Otros especificar.	X					
15	<p><b>Al momento de contratar personal, ¿cuál de los siguientes aspectos considera?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Contrato por escrito), 2 (Contrato verbal), 3 (Acuerdo entre empleador y trabajador), 4: (Ninguno).</p>						
16	<p><b>¿Brinda algún tipo de inducción a los nuevos colaboradores?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (Si), 2: (No)</p>						
17	<p><b>¿Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (Si), 2: (No)</p>						
18	<p><b>¿Qué tipo de prestaciones proporciona a sus colaboradores? Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala:</b> 1:(Bonificación incentivos), 2: (Aguinaldo), 3: (Vacaciones), 4:(Seguro social), 5: (Ninguno).</p>						
19	<p><b>¿Realiza una evaluación de desempeño hacia sus colaboradores?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (Si), 2: (No)</p>						

20	<p><b>Si pudiera valorar la fase en que se encuentra su empresa, ¿cuál sería?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (En expansión), 2: (Ya alcanzo el nivel óptimo), 3: (En crecimiento rápido), 4: (En crecimiento lento), 5: (Estancado), 6: (Va a la quiebra).</p>							
21	<p><b>Cuáles considera usted que han sido los factores que le han permitido llegar hasta esta fase de su empresa.</b></p> <p><b>Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala:</b>1:(Capacidad del personal),2:(Oportunidad del mercado),3: (Financiamientos), 4: (Inversiones), 5: (Control contable y financiero).</p>							
22	<p><b>Mencione los productos/servicio, con que cuenta su empresa</b></p>	X						
23	<p><b>Cuánto es el rango del tamaño de la inversión de su patrimonio</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (C\$ 0-10,000.00), 2: (C\$ 10,000.00-50,000.00), 3: (C\$ 50,000.00-más)</p>							
<b>IV. Control</b>								
24	<p><b>¿Aplica algún tipo de control en su organización?</b></p>							

	<b>Escala:1: (Si), 2: (No)</b>								
25	<b>¿Lleva a cabo el proceso del control?</b> <b>Escala:1: (Si), 2: (No)</b>								
26	<b>Si su respuesta es positiva ¿En qué áreas realiza el proceso de control? Puede seleccionar varias opciones.</b> <b>Escala: 1: (Administración), 2 (Personal), 3 (Finanzas), 4 (Servicios),5 (Contable),6 (Otros)</b>								
26.1	Si es la opción Otros especificar.								X
27	<b>¿Realiza control del manejo de ingresos y egresos?</b> <b>Escala:1: (Si), 2: (No)</b>								
<b>V. Situación financiera-Registros Contables</b>									
28	<b>¿Elabora estados financieros? Puede marcar más de una opción</b> <b>Escala:1 (Estado de resultados), 2: (Estado de Situación Financiera), 3: (Estado de Flujo de Efectivo), 4: (Estado de cambio en el patrimonio), 5: (Notas a los Estados Financieros), 6: (Ninguno)</b>								

29	<p><b>Si elabora estados financieros ¿Qué herramientas utilizas?</b></p> <p><b>Escala:1:</b> (Libros manuales), 2: (Excel), 3: (Sistemas contables) ,4: (Ninguno)</p>							
30	<p><b>¿Cuáles de las siguientes actividades de control se realizan en la empresa?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Contratos de personal), 2: )Arqueos de caja), 3: (Recibos y facturas), 4: (Ninguno), 5: (Otros)</p>							
30.1	Si es la opción Otros especificar.							X
<b>VI. Comercialización</b>								
31	<p><b>¿Cómo vende su producto o servicio?</b></p> <p><b>Escala: 1: (De contado), 2: (Crédito), 3: (Contado y crédito), 4: (Anticipos)</b></p>							
32	<p><b>¿Ha participado en ferias?</b></p> <p><b>Escala:</b>1: (Si), 2: (No)</p>							
32.1	<p><b>En caso de que sí haya participado en ferias, especificar quien lo organizó</b></p>							X
33	<b>La demanda de sus productos</b>							

	<b>Escala:</b> 1: (Aumentó), 2: (Disminuyó), 3: (Sin Variación).								
34	<b>El número de proveedores de su negocio</b> <b>Escala:</b> 1: (Aumentó), 2: (Disminuyó), 3: (Sin Variación).								
35	<b>El número de competidores de la empresa</b> <b>Escala:</b> 1: (Aumentó), 2: (Disminuyó), 3: (Sin Variación).								
<b>VII. Precios</b>									
36	<b>¿Los clientes condicionan los precios de sus productos?</b> <b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)								
37	<b>¿Toma en cuenta los precios de la competencia?</b> <b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)								
38	<b>¿Establece sus precios según sus costos o margen que desea?</b> <b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)								
39	<b>¿Cuál es la forma de presentación del producto?</b> <b>Escala:</b> 1 (Con empaque), 2: (Sin empaque)								
40	<b>¿Qué factores le ayudarían a aumentar sus ventas?</b>	X							

41	<p><b>¿Se realizan planes de producción por escrito?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)</p>								
42	<p><b>¿Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Excelente), 2: (Muy bueno), 3: (Bueno), 4: (Deficiente)</p>								
43	<p><b>¿Cómo considera la productividad de su mano de obra?</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Excelente), 2: (Muy bueno), 3: (Bueno), 4: (Deficiente)</p>								
44	<p><b>¿Qué considera que le hace falta para mejorar la calidad de sus productos o servicios y su capacidad de producción (productividad)?</b></p>	X							
45	<p><b>En los últimos doce meses, ¿Qué tipo de inversiones ha realizado? Puede marcar más de una opción</b></p> <p><b>Escala:</b> 1: (Activos), 2: (Capital de trabajo), 3: (Inventario), 4: (Capacitación), 5: (Ninguno)</p>								
<b>VIII. Información de Crédito</b>									
46	<p><b>¿Ha recibido crédito en el último año?</b></p>								

	<b>Escala: 1: (Si), 2: (No)</b>								
47	<b>¿Tiene crédito en este momento?</b> <b>Escala: 1: (Si), 2: (No)</b>								
48	<b>¿De quién obtiene apoyo económico para su empresa?</b> <b>Escala: 1: (Capital propio), 2: (Socios)</b>								
49	<b>¿Cuáles de las siguientes opciones tiene acceso a financiamiento?</b> <b>Escala: 1: (Bancos), 2: (Financieras), 3: (Prestamistas)</b>								
<b>IX. Capacitación y/o Asistencia Contable Financiera</b>									
50	<b>¿Ha recibido capacitación o asistencia Contable Financiera?</b> <b>Escala: 1: (Si), 2: (No)</b>								
50.1	<b>Si la respuesta es positiva mencione. Tipo y tema de capacitación</b>								X
51	<b>¿En qué aspectos de su actividad económica necesitaría capacitación o asistencia Contable Financiera? Puede marcar más de una opción</b>								

	<b>Escala:</b> 1: (Contabilidad Financiera), 2: (Costos), 3: (Punto de Equilibrios), 4: (Auditoría), 5: (Otros)								
51.1	Si es la opción Otros especificar.								X
52	<b>¿Tiene personal que le lleve controles contables?</b> <b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)								
53	<b>¿Estaría dispuesto a recibir asistencia en el área Contable, Administrativa y Económica para su MIPYME?</b> <b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)								
54	<b>¿Estaría dispuesto a recibir (Docentes y estudiantes), para apoyarle en el área Contable, Administrativa y Económica para el desarrollo de su MIPYME?</b> <b>Escala:</b> 1: (Si), 2: (No)								
55	<b>Describa 2 principales fortalezas en su MIPYME en el área Contable, Administrativo, Económico</b>								X
56	<b>Describa 2 principales Debilidades en su MIPYME en el área Contable, Administrativo, Económico</b>								X

57	<b>En el caso que estaría dispuesto a recibir apoyo. Podría brindar sus datos para poder contactarle. (esta información es confidencial el cual será para fines académicos).</b>	
57.1	Correo	X
57.2	Teléfono	X
57.3	Dirección	X

Sección 1 de 11

## 01-Encuesta a Mipymes

Estimados reciban un cordial saludo, tomando en cuenta su valiosa experiencia y criterios les solicito responder el siguiente cuestionario; el cual tiene como objetivo, indagar sobre el estudio "Acompañamiento contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros y pequeños empresarios".  
Agradeciendo su valioso aporte.  
*La información obtenida es exclusiva para esta investigación y se garantiza el anonimato de cada informante.*

**Tome en cuenta para cada pregunta sus escalas**

*Respuestas de MIPYME por medio de Google Drive.*

Nota: Elaboración propia.

## **Anexo E**

### **Entrevista: (Organismos que aportan a las MIPYME)**

La presente entrevista se realiza con el fin de conocer su opinión sobre los programas de asesoría para emprendedores, de esta manera apoyará a la investigación acerca del estudio “*Acompañamiento contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros y pequeños empresarios*”. Agradeciendo su valioso aporte. Las respuestas son anónimas y serán usadas únicamente con fines académicos.

1. ¿Qué opina sobre las MIPYME que han nacido a través de emprendimientos en Nicaragua?
2. ¿Su institución apoya a los emprendimientos? ¿Porqué?
3. ¿Considera usted a las MIPYME como potencial para el fortalecimiento de la economía?
4. ¿Qué acciones están desarrollando para el fortalecimiento de las MIPYME?
5. ¿A qué tipo de negocios dirigen esas acciones?
6. ¿Cuál es la incidencia de la Institución que usted representa, para que estos pequeños negocios puedan mejorar su rentabilidad?
7. ¿Se han dado asesorías en el ámbito Contable, Administrativa y Económica?
8. ¿Se han dado seguimiento a las MIPYME en términos de formalidad y crecimiento del negocio?
9. ¿Cuáles son los vínculos con las MIPYME en términos de asesorías Contable, Administrativa y Económica?

## **Anexo F. Grupo Focal (Dirigido a MIPYME)**

**El contenido del Grupo Focal** tiene como objetivo “Conocer el dominio que poseen las MIPYME sobre el estudio “*Acompañamiento contable de direccionamiento estratégico en el aprendizaje de los micros y pequeños empresarios*”. Planteando las siguientes preguntas guías:

1. ¿Conoces sobre contabilidad?
2. ¿Conoces sobre costos?
3. ¿Conoces sobre auditoría?
4. ¿Elaboran estados financieros?
5. ¿Realizan análisis financieros?
6. Los dueños o socios se reúnen para toma de decisiones.
7. Sabes que son los controles contables y financieros.
8. Después de explicarles sobre los temas en cuestión ¿Consideran el tema de utilidad para su empresa? ¿Por qué?
9. ¿Te gustaría conocer más sobre los temas? ¿Por qué?
10. ¿Estarías dispuesto a recibir acompañamiento en el área Contable, Administrativa y Económica para una mejora en tu MIPYME?

*¡¡ Muchas Gracias!!*

## Anexo G. Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido.

### Estadísticas de total de elemento

N	Preguntas	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1	¿Está registrada su MIPYME en? Puede marcar más de una opción	0.802
2	¿Utiliza alguna herramienta de planificación dentro de su empresa?	0.808
3	¿Su MIPYME tiene?	0.780
4	¿Con qué tipo de organización se identifica su empresa?	0.792
5	¿Existen manuales que describan las actividades que se realizan dentro de la empresa?	0.800
6	¿Utiliza algún tipo de proceso de reclutamiento de trabajadores en su empresa?	0.799

7	¿Cuáles son los pasos que aplica para seleccionar a un colaborador?	0.816
8	Al momento de contratar personal, ¿Cuál de los siguientes aspectos considera?	0.781
9	¿Brinda algún tipo de inducción a los nuevos colaboradores?	0.800
10	¿Ofrece algún tipo de capacitación a sus colaboradores?	0.802
11	¿Qué tipo de prestaciones proporciona a sus colaboradores?	0.785
12	¿Realiza una evaluación de desempeño hacia sus colaboradores?	0.794
13	Si pudiera valorar la fase en que se encuentra su empresa, ¿cuál sería?	0.791
14	Cuáles considera usted que han sido los factores que le han permitido llegar hasta esta fase de su empresa. Puede seleccionar varias opciones	0.813
15	¿Aplica algún tipo de control en su organización?	0.794
16	¿Lleva a cabo el proceso del control?	0.794
17	¿Realiza control tipo financiero, relacionado con el manejo de ingresos y egresos?	0.807

18	¿Elabora estados financieros? Puede seleccionar más de una opción	0.768
19	¿Cuáles de las siguientes actividades de control se realizan en la empresa?	0.775
20	¿Cómo vende su producto o servicio?	0.802
21	Ha participado en ferias	0.803
22	Para establecer sus precios: Los clientes condicionan los precios de sus productos?	0.801
23	Toma en cuenta los precios de la competencia?	0.805
24	Establece sus precios según sus costos o margen que desea?	0.808
25	¿Cuál es la forma de presentación del producto?	0.813
26	¿Se realizan planes de producción por escrito?	0.809
27	¿Cómo considera el control de calidad en su empresa o negocio?	0.807
28	¿Cómo considera la productividad de su mano de obra?	0.815
29	En los últimos doce meses, ¿Qué tipo de inversiones ha realizado? Puede seleccionar más de una opción	0.808
30	¿Ha recibido crédito en el último año?	0.809

31	¿Tiene crédito en este momento?	0.809
32	¿De quién obtiene apoyo económico para su empresa? (Puede seleccionar más de una opción)	0.816
33	¿Cuáles de las siguientes opciones tiene acceso a financiamiento?	0.825
34	¿Ha recibido capacitación o asistencia Financiera Contable?	0.807
35	¿En qué aspectos de su actividad económica necesitaría capacitación o asistencia Financiera Contable? Pueden seleccionar varias opciones	0.815
36	¿Tiene personal que le lleve controles contables?	0.798
37	¿Estaría dispuesto a recibir asistencia contable financiera para su MIPYME?	0.812
38	¿Estaría dispuesto a recibir (Docentes y estudiantes), para apoyarle en el área contable para el desarrollo de su MIPYME?	0.807

*Nota: Aplicación encuesta piloto Alfa Cronbach SPSS*

**Anexo H. Base de datos MIPYME.**

<b>Casos</b>	<b>Correo</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Dirección</b>
--------------	---------------	-----------------	------------------

Nota: Tomada de Encuesta a MIPYME. Elaboración propia.

*Nota: La base de datos por sigilo de información, es proporcionado a la Dirección de Ciencias Económicas y Administrativas.*