



REPÚBLICA DEL ECUADOR

Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil - UTEG

Facultad De Posgrado e Investigación

Tesis en opción al título de Magister en:

Administración de empresas

Tema De Tesis

La Cultura Organizacional Y Su Incidencia En El Crecimiento Económico De Las PYMES Del Sector Comercial De La Ciudad De Babahoyo.

AUTOR:

Ing. Francisca Elvira Baldeón Bazán

Director de Tesis:

Ing. Gina Guerero, MSc.

Septiembre 2019

GUAYAQUIL - ECUADOR

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mí; y al patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.

Ing. Com. Ext. Francisca Elvira Baldeón Bazán

RESUMEN

La presente investigación consiste en la cultura organizacional y su incidencia en el crecimiento económico de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo, esto dentro del área de la cultura organizacional y se busca determinar si la cultura organizacional de las PYMES incide en su crecimiento económico.

Para la obtención de la información de esta investigación, se procedió a la revisión documental de la literatura existente sobre la temática, mediante la aplicación de una encuesta a los dueños y empleados (323 personas) de las pymes en el sector céntrico de la ciudad y haciendo uso de los métodos inductivo y deductivo con el fin de obtener información y datos relevantes que permitieron realizar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Entre los resultados obtenidos, se manifiesta que las pymes tienen fortalezas y debilidades en el aspecto de su cultura organizacional y si estas debilidades no se las transforma en fortalezas, permitiría un posible fracaso del emprendimiento y posterior cierre de sus actividades; y, para subsanarlo, se requiere que se fortalezcan en los aspectos de cumplimiento de las políticas interna de la pyme; apoyarse en los conocimientos con los que cuentan el personal que labora en el emprendimiento que permita al emprendedor tener mayores opciones de soluciones de problemas, de innovación, de expansión y sobre todo de permanencia en el mercado en que se desenvuelve.

Palabras claves: Pymes Cultura Organizaciones Permanencia

ABSTRACT

The present research consists of organizational culture and its impact on the economic growth of Small and Medium S in the commercial sector of the city of Babahoyo, this within the area of organizational culture and seeks to determine if the organizational culture of the Small and Medium-sized companies affect their economic growth.

To obtain the information of this research, we proceeded to the documentary review of the existing literature on the subject, through the application of a survey to the owners and employees (323 people) of the Small and Medium Enterprises in the central sector of the city and making use of the inductive and deductive methods in order to obtain information and relevant data that allowed to make the respective conclusions and recommendations.

Among the results obtained, it is stated that Small and Medium Enterprises have strengths and weaknesses in the aspect of their organizational culture and if these weaknesses are not transformed into strengths, it would allow a possible failure of the enterprise and subsequent closure of its activities; and, to correct it, it is necessary to strengthen in the compliance aspects of the internal policies of the SME; relying on the knowledge of the staff that works in the enterprise that allows the entrepreneur to have greater options for problem solving, innovation, expansion and above all permanence in the market in which it operates.

Keywords: Pymes Culture Organizations Permanence

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres Pedro Baldeón y Francisca Bazán, a mi esposo José Miguel e hijos Fiorella y Miguelito. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida me han brindado su apoyo en todo momento. A mi compañero inseparable por que ha depositado su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A mis hijos por ser ellos el pilar de mi vida. A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser. . Los amo con mi vida.

Francisca Elvira Baldeón Bazán

AGRADECIMIENTO

El resultado de este proyecto, está dedicado a todas las personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Mis sinceros agradecimientos están dirigidos hacia mi esposo, quien con su ayuda desinteresada, me brindó su apoyo. A mi familia por siempre me brindaron su apoyo en cada momento que le solicite. Mis agradecimiento están dirigido a cada uno de los docentes que atreves de sus enseñanzas aportaron en mi formación académica.

Gracias Dios, mis padres y hermana, y en especial, José Miguel.

Francisca Elvira Baldeón Bazán

TABLA DE CONTENIDO

ANTECEDENTE	3
1. Tema:.....	4
1.1. Problema de investigación	4
1.1.1. Planteamiento del problema	4
1.1.2. Formulación del problema de investigación	5
1.1.3. Sistematización del problema de investigación	6
1.2. Objetivos de la investigación.....	6
1.2.1. Objetivo general	6
1.2.2. Objetivos específicos	6
1.3. Justificación de la investigación	6
1.5. Marco de referencia de la Investigación.	7
1.5.1. Marco conceptual	21
2. MARCO METODOLÓGICO	21
2.1. Tipo de estudio:	21
2.2. Método de investigación.....	22
2.3. Unidad de análisis, población y muestra (si aplica).....	23
Desarrollo del Cálculo de la Muestra - PERSONAS	23
Desarrollo del Cálculo de la Muestra - PYMES	23
2.4. Variables de la investigación, operacionalización	24
2.5. Fuentes y técnicas para la recolección de información	25
2.6. Tratamiento de la información.....	25
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	26
3.1. Análisis de la situación actual	26
3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas.....	26
3.3. Presentación de resultados y discusión	46
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES	50
Bibliografía.....	52
ANEXOS	56

INTRODUCCION

Las PYMES se encuentran en un entorno agitado en el que la única constante es el cambio, y esto los obliga a adaptarse a las exigencias competitivas del entorno Según, (Carranco Gudiño) A pesar de los aportes del sector en el desenvolvimiento de la economía, se puede concluir que este tipo de empresas no ha experimentado un crecimiento armónico a lo largo del país, en promedio el 85% de PYMES se concentra en las ciudades de Quito y Guayaquil. Esta situación podría provocar que en el país se establezca o profundice un modelo “Centro – Periferia”. Considera también que a nivel nacional el monto colocado de microcréditos es bajo, al 2015 la participación de esta línea de créditos fue del 7,86%, sin embargo, el 73,88% del monto colocado se concentró en las provincias de Guayaquil y Pichincha.

Mediante el estudio descriptivo se identificara como la cultura organizacional incide en el crecimiento económico.

Para ello, la presente investigación se enfoca en el tema de la cultura organizacional de las pymes, se la puede caracterizar como el conjunto de normativas, hábitos, creencias, actitudes, valores, tradiciones, etc., por lo que, tomando esta perspectiva teórica se presenta esta investigación de título “La cultura organizacional y su incidencia en el crecimiento económico de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo”, donde se buscó determinar si la cultura organizacional de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo incide en su crecimiento económico.

Este tema se elaboró, con la finalidad de contribuir a fortalecer el desarrollo económico de las pymes en la ciudad de Babahoyo y en especial en el aspecto de su cultura organizacional, que si no se la fortalece se propiciaría al corto o mediano plazo al cierre de estos emprendimientos y a limitar la dinámica económica de la ciudad, por lo que fue necesario dar respuesta a la pregunta ¿En qué medida la cultura organizacional incide en el crecimiento económico de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo?, porque las pequeñas o medianas empresas, representan para el país un aporte significativo en la generación de nuevos empleos, así como dinamismo, innovación y el epicentro de grandes emprendimientos que promueven el bienestar económico, que sin lugar a duda su desatención afectaría

consistentemente el empoderamiento de las mismas y su permanencia en el mercado local.

Para la ejecución de esta investigación se utilizaron los métodos inductivo y deductivo, así como se realizaron mediante el estudio descriptivo, de campo y documental, donde finalmente se aplicó una encuesta que permitió la obtención de datos importantes que permitió emitir criterios y las respectivas conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo I, se realizó el planteamiento del problema, las preguntas de investigación de la problemática y los objetivos tanto el general como las específicas, también se justificó la ejecución de la investigación, destacándose que hay una necesidad de que las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo mejoren económicamente a través de la implementación de una correcta cultura organizacional; también se tomó en cuenta los aportes que se encuentran en los diferentes textos que hablan sobre la temática que se ha planteado y se ha logrado tomar los aportes teóricos más relevantes de las variables dependiente e independiente.

En el Capítulo II, se estipuló la metodología que se utilizaría para la ejecución de la investigación y para esto se diseñó un cuestionario para ser aplicado y poder realizar la encuesta respectiva que permitió datos de la realidad Babahoyense en lo que respecta a las Pymes establecidas.

En el Capítulo III, se efectuó el análisis y discusión de los datos obtenidos en la encuesta en donde se pudo apreciar la realidad de las pymes de la ciudad, sus falencias y necesidades, permitiendo así, emitir conclusiones y recomendaciones como solución a la problemática planteada.

Entre las limitaciones presentadas, está en que muchos propietarios o empleados se negaron a participar de la encuesta, lo cual fue un limitante considerable a la hora de aplicar estos instrumentos y poder cumplir con el número total de pymes y empleados que previamente se había planteado.

ANTECEDENTE

Como primer antecedente está la tesis *elaborada por* Chávez (2013), cuyo tema “La Influencia del Liderazgo en el Clima Organizacional, Análisis de la PYME Ecuatoriana”, donde expresa la situación actual de la pequeña y media empresa ecuatoriana y que la misma tiene un liderazgo directo que las empresas grandes, por lo que cuenta con una vinculación estrecha entre la gestión y la cultura de la PYME manifestándose que tiene una propia personalidad y está directamente influenciada por su propietario, el liderazgo y estilo de dirección que ejerce éste

Este trabajo se busca determinar cómo influye el Liderazgo en el Clima Organizacional y analizar a las PYME del Ecuador desde esta perspectiva como aporte a su desarrollo y competitividad y los resultados teóricos obtenidos, se dan que las PYMES en Ecuador, su estilo de liderazgo dominante es el coercitivo y el imitativo que se relacionan con el logro a alcanzar, basándose en el cumplimiento de los objetivos propuestos; asimismo, los resultados de las encuestas se dan que el estilo predominante es el de dirección participativa, más en la práctica, según concluye el autor, los estilos de dirección podrían variar, dependiendo de factores como las personas, tareas y entornos.

Como segundo antecedente, está el tema “Análisis de la cultura empresarial en las pymes colombianas”, *elaborada por* Ordóñez Cañón, (2017) y en el mismo se buscó indagar la forma en la que durante los últimos 20 años, los diversos gobiernos han decidido fortalecer la creación y gestión de las Pymes, lo cual ha logrado la conformación de toda una cultura empresarial nacional específica en este sector corporativo.

Como resultado de esta investigación está en el que se puede construir una gestión cultural adecuada alrededor de los factores de competitividad, sobre la base del cumplimiento de principios éticos, normativos internos de la propia empresa y las políticas nacionales establecidas por la Ley; asimismo, los resultados de este trabajo permiten que se consoliden estrategias a mediano y largo plazo dentro del sector Pymes de Colombia, donde se tiene en cuenta los aspectos globalizantes y los procesos de paz.

CAPÍTULO I

1. Tema:

La cultura organizacional y su incidencia en el crecimiento económico de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo.

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), representan, en promedio en general, el 80% de los negocios de la economía mundial; en el caso de Ecuador, estos tipos de negocios tienen una representación del 90% de las unidades de producción; contribuyendo a la economía nacional con 60% de las plazas de empleos, un 50% de la producción nacional y generan alrededor de un 100% de los servicios que un ecuatoriano promedio requiere.

Con referencia a las pymes de la ciudad de Babahoyo, capital de la provincia de Los Ríos, es un segmento que siempre ha prevalecido, ya que la ciudad no cuenta con grandes empresas, y son el segmento económico que han y siguen dinamizando la economía local, más en la última década se observan pymes que han prevalecido y cumplido sus objetivos y metas, más otras han desaparecido en el transcurso del tiempo.

Síntomas

Procesos operativos estancados.

Poca diversificación de productos y servicios.

Poca productividad de empleados por no ser competentes dentro de las funciones asignadas.

Crecimiento limitado de estos negocios.

Causas

Personal desconoce de procesos que se deben ejecutar para la adecuada operatividad del negocio y por ende su permanencia.

Emprendedores con temor a diversificar productos y servicios.

Conflictos por delegaciones de funciones tardías o no acorde a competencias laborales en los empleados.

Falta de concientización y conocimiento en los aspectos administrativos y en lo referente a la cultura organización por parte de los emprendedores y del personal

Pronóstico

Generación de impactos negativos en los procesos operativos de la Pymes.

Oportunidad de crecimiento y permanencia limitados.

Operacionalización de la pyme en riesgo por no contar con personal idóneo al perfil de puestos y funciones.

Limitado desarrollo de la pyme.

Control pronóstico

Establecimiento de procesos operacionales en la pyme.

Planteamiento de estrategias de negocio que permitan el crecimiento y permanencia de la pyme.

Identificación de los puestos y funciones en la pyme para ubicar a los empleados de acuerdo a los mismos.

Establecimiento de procesos que permitan fomentar una cultura organizacional en la pyme para la expansión de la pyme.

Es necesario extirpar malas prácticas en lo que respecta a la cultura organizacional, donde se omiten prácticas, procedimientos y documentación necesaria que les permitiría afrontar los embates económicos externos e internos, siendo indicador de la necesidad de implementar documentación y procesos que permitan lograr conllevar a las Pymes a la estabilidad, el crecimiento económico y la reestructuración de su cultura organización, surgiendo preguntas tales como: ¿A qué se debe que existan pymes que prevalezcan y otras no?, ¿Cómo se caracterizan las pymes que han prevalecido en el tiempo?, ¿Cómo ha sido la cultura organizacional de las pymes que prevalezcan? ¿Cómo afecta la cultura organizacional en el crecimiento de las pymes?, ¿Una correcta cultura organizacional permite el crecimiento de las pymes y su perdurabilidad en el tiempo?

1.1.2. Formulación del problema de investigación

¿En qué medida la cultura organizacional incide en el crecimiento económico de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo?

1.1.3. Sistematización del problema de investigación

¿Cuál ha sido el comportamiento de la cultura organizacional de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo?

¿Cuáles son los aspectos que inciden en el crecimiento económico de las pymes del sector comercial de Babahoyo?

¿Una correcta cultura organizacional permitirá el crecimiento de las pymes y su perdurabilidad en el tiempo?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Determinar la cultura organizacional de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo incide en su crecimiento económico.

1.2.2. Objetivos específicos

Analizar las características de la cultura organizacional de las pymes de la parroquia Clemente Baquerizo, sector comercial de la ciudad de Babahoyo.

Establecer los factores que inciden en la cultura organizacional de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo.

Evaluar una correcta cultura organizacional permite el crecimiento de las pymes y su perdurabilidad en el tiempo.

1.3. Justificación de la investigación

En ésta esta investigación se pretende contribuir a fortalecer los conocimientos de la cultura organizacional existente a nivel del sector de las pequeñas y medianas empresas como un vínculo que las conlleva al crecimiento económico, ya que una óptima cultura organizacional de la pymes va a permitir que las debilidades latentes se transformen en fortalezas a través de una adecuada y oportuna delegación de funciones entre sus integrantes, trabajo en equipo, capacitación y auto-capacitación continua, un control interno exhaustivo y no persecutor; por lo que, teniendo como resultado este trabajo, la

identificación de los factores que contribuyen a la permanencia de las pymes y su crecimiento económico para demostrar que una correcta cultura organizacional incide en que las pymes tengan mejores resultados económicos y por ende su crecimiento.

En esta investigación se identificó que las pymes carecen de documentos y estrategias de políticas internas, como el manual de funciones, el plan de negocios, el cumplimiento de acuerdos internos y la socialización de los cambios de políticas y metas, lo cual, al corto, mediano o largo plazo debilitarían las fortalezas de la cultura organizacional, también su crecimiento económico y podrían conllevarlas al cierre de las mismas.

La realización de esta investigación está en virtud en que hay una necesidad de que las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo mejoren económicamente a través de la implementación de una correcta cultura organizacional, donde se dé oportunidades a sus integrantes para que aporten a soluciones.

1.5. Marco de referencia de la Investigación.

La PYME y su funcionalidad

Las pequeñas o medianas empresas, o mejor conocidas como PYME, representan para un país un aporte significativo para la generación de nuevos empleos, así como dinamismo, innovación y el epicentro de grandes emprendimientos que promueven el bienestar económico; y, de acuerdo a Carranco (2017), representan aproximadamente, más del 90% del total de las empresas a nivel mundial y en el caso de Latinoamérica, esta representación ascienden a un 97%, lo cual las conlleva a tener una relevante importancia en los países en vías de desarrollo; por lo que, **la PYME integrada al aparato productivo, como parte de la cadena de valor, coadyuva en la diversificación y dinamización de la economía** (Revista EKOS, 2017).

La PYME en su conjunto, se constituyen en uno de los grandes motores de empleo y de la generación de riquezas de un país, lo cual le representa exigencias más elevadas en lo que respecta a su cultura organizacional para que le otorgue valor agregado en los productos o servicios que ofrecen, el competir eficiente y eficazmente y, que le permita permanecer en el mercado y generar mayor rentabilidad.

Cardozo, Velásquez de Naime, y Rodríguez-Monroy (2012) citando a Bloch y Oddone (2007), manifiestan que la PYME tiene como reto, ante el escenario de economía globalizada, reestructurar y renovar todo lo concerniente a su diseño empresarial para alcanzar la eficiencia y una mayor participación en el mercado nacional como el internacional; asimismo, de acuerdo a Fernández (2008) citado por Cardoso et al (2012), las pequeñas y medianas empresas, deben tener claro que están inmersas a los procesos de globalización y del mercado de las TIC's, así como al impacto social y ambiental que se da producto de sus actividades.

Debido a todo este escenario, la PYME tiene que cumplir exigencias muy elevadas, asimismo se les presentará oportunidades que deben ser evaluadas para el desarrollo de sus procesos dentro de los productos que ofrecen, los mismos que deben ser de calidad como un referente de valor agregado para competir exitosamente.

Las PYME, cumplen funciones específicas como la técnica, que se relaciona directamente con la producción de bienes o de servicios; la comercial, que tiene relación a la compra, a la venta o al intercambio; la financiera, que se enfoca a la búsqueda y gerencia del capital con lo que puede afrontar los proyectos, las inversiones, los gastos, entre otros aspectos financieros; la de seguridad, la cual está direccionada a la preservación y la protección de los bienes de las personas; la contable, que tiene relación directa con los balances, los costos, las estadísticas, los registros, los inventarios, etc.; la administrativa, que integra las funciones anteriores y que las coordina y sincroniza.

La cultura organizacional de una PYMES está dada por los aspectos socioculturales del país de origen y esto es determinante para las actitudes básicas de los propietarios y los trabajadores, e influencia considerablemente en la motivación y expectativas que tienen las personas y en los resultados tanto en los equipos de trabajo como el de la organización.

Cultura organizacional

De acuerdo a Chiavenato (2011), la cultura organizacional es todo aquello donde se unen las normas, los hábitos y los valores que, de una forma u otra forma, se comparte entre el personal de la organización, moldeando una institución y a la vez permiten el control de la interacción del entorno y entre las

mismas personas. Además, este concepto se asemeja a otros que se utilizan dentro del ámbito empresarial y que, por su similitud, tienden a ser tenidos como semejantes, por lo que es necesario clarificarlos y en la figura 1, se los identifica y clarifica.

Figure 1. Conceptos dentro del ámbito empresarial

Comportamiento organizacional	Cultura organizacional	Cultura laboral
Es el estudio y la aplicación de los conocimientos acerca de la forma en que las personas —individual y grupalmente— actúan en las organizaciones, identifica maneras en que los individuos pueden actuar con mayor efectividad.	Es la unión de normas, hábitos y valores que de una forma u otra, son compartidos por las personas y/o grupos que dan forma a una institución, y que a su vez son capaces de controlar la forma en la que interactúan con el propio entorno y entre ellos mismos.	Es la relación patrón empleado en donde se sugiere a ambas partes conducirse de acuerdo a las normas laborales como el buen trato y respeto a la dignidad.
Cultura empresarial	Clima laboral	Satisfacción laboral
Es lo que identifica la forma de ser de un empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar, el lenguaje y las categorías conceptuales propios de cada cultura empresarial u organización.	Es el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta.	Es la actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo.

Fuente: (Cortes, 2004) (Aguilar, 2013) (Chiavenato, 2011)

Elaborada por: La autora

La cultura organización no es algo que se palpe, sino que se constituye en un complejo grupo de políticas institucionales, valores corporativos, tradiciones, comportamientos, supuestos y creencias y que se manifiestan en el diario vivir y comportamiento de quienes la integran, así como en sus mitos, lenguajes y símbolos que sirven como marco referencial compartido de la organización y que impactan en sus resultados positiva o negativamente.

Asimismo, Etkin & Schvarstein (2000), indican que la cultura de una empresa se constituye en su componente movilizador y activo que puede estar o no estar formalizado, siendo un sistema micro cultural que está en interacción directa con un sistema más amplio en el cual está inmersa y forma parte, el

mismo que es la sociedad. También hay que considerar, dentro de esta micro cultural, todos los aspectos intangibles como los valores y los conocimientos, y tangibles propios del sistema ya que esta cultura organizacional permite interpretar la vida (cultura) de la organización lo cual es un elemento distintivo que la identifica y diferencia de las demás empresas.

Desde los aspectos de la cultura organizacional, se va a estudiar sus categorías, sus tipos, sus elementos y los valores que se construyen dentro de la PYME y que le generan valor agregado y rentabilidad.

Características de la cultura organizacional.

Considerando los aportes de (Robbins y Judge) y las recientes investigaciones sobre las características de la cultura organizacional sostiene que un sistema de significado compartido está integrado por siete características claves, que en su conjunto captan la esencia de la cultura organizacional, las mismas que permiten ser más precisos en el análisis del presente trabajo.

Innovación y asunción riesgos, grado hasta el cual se alienta a los empleados a ser innovadores y asumir riesgos.

Atención al Cliente, Es cuando el empleador espera de sus colaboradores demuestren precisión, análisis y atención al detalle.

Orientación a los resultados: dentro de esta característica, encontramos que toda administración se enfoca en los resultados o consecuencias, más que las técnicas y procesos utilizados.

Orientación hacia las personas: las PYMES deben orientarse a las decisiones administrativas tomando en cuenta el efecto de los resultados sobre las personas dentro de la organización.

Orientación hacia el equipo: Esta característica, debe estar orientada a las actividades del trabajo que se encuentren organizadas entorno a equipo, en lugar de hacerlo alrededor de cada individuo.

Energía: Esta característica, demuestra la energía y competitividad que tienen los que conforman la organización, en lugar de ser pasiva y calma ante cualquier adversidad que se presente.

Estabilidad: En esta característica, se demuestra el grado de las actividades organizacionales que tiene las PYMES donde prefieren el mantenimiento del statu que en lugar de insistir en el crecimiento.

Factores que influyen en la Cultura Organizacional

Entre los factores que influyen en la formación de la cultura organizacional están:

Factores organizacionales:

El medio circundante de la organización, es decir sus valores y características.

Factores circunstanciales como las características tecnológicas, la regulación ecológica requerida para llevar a cabo su función.

Factores físicos: como la ubicación de la organización, la accesibilidad, el nivel y calidad de vida del entorno, etc.

Factores geográficos. La ubicación geográfica de la organización también influye en la cultura organizacional.

Factores del entorno

Como la comodidad del ambiente del trabajo, las facilidades o beneficios que se le otorgue a los colaboradores.

- ✓ Historia de la Organización
- ✓ Idiosincrasia
- ✓ Grupos y líderes dentro de la organización

Categorías de la cultura organizacional

Entre las categorías que se manifiestan dentro de la cultura organizacional, de acuerdo a Gutierrez-Rubi (2012), están;

Fuertes o débiles, las mismas que se dan de acuerdo a la intensidad en que se impulsan las conductas de las personas que integran la organización mediante los rasgos culturales que la identifican; por lo que, al ser fuertes, se impondrán firmemente sobre las conductas de los individuos, más al ser débiles, las conductas de los individuos se impondrán dentro de la organización.

Concentradas o fragmentadas, esto se da por el grado de autodeterminación de la cultura organización de la PYME, donde podría ser

fragmentada cuando los individuos que la integran no se identifican con la misma y no se empoderan de los principios y valores que la rigen.

Tendientes al cierre o a la apertura: dentro de esta categoría, encontramos a las PYMES, que necesitan ser permeables a los cambios que se dan en el entorno, ya que su impermeabilidad le conllevaría al cierre.

Autónomas o reflejas: las PYMES necesitan una autonomía real dentro de su cultura organización y no copiar modelos externos.

Tipos de cultura organizacional

Del poder, este tipo de cultura es propia de las organizaciones que tienen gran potencial empresarial, donde existe el juego de la negociación, el compromiso entre individuos y que se complementan con personas claves, las cuales se constituyen en el centro del poder y que reaccionan rápida y eficazmente ante ciertas situaciones; las organizaciones que cuentan con este tipo de cultura son organizaciones politizadas, orgullosas y fuertes y que son ampliamente motivadas por el dinero o los símbolos (Chávez, 2013) (Cruz y Calderón, 2006).

De la función, este tipo de cultura se da en las organizaciones burocráticas, la misma que es lógica y racional, donde su coexistencia se da mediante funciones especializadas de sus miembros, los mismos que son coordinados o dirigidos por grupos pequeños que se encuentra en la cima de la organización y donde el poder se constituye en una posición formal. Además, se requiere que las personas que trabajan en dicha organización, tengan los conocimientos necesarios de las normas y especialización del puesto donde se desempeña y a la vez cada persona se dedica a sus funciones y no a otras (Chávez, 2013) (Cruz y Calderón, 2006).

De la persona, tiene su eje y diseño principal, el individuo, buscando servirles, donde se le da gran autonomía de decisión individual e influencia y negociación uno a uno. Este tipo de cultura se da en organizaciones de profesionales (Chávez, 2013) (Cruz & Calderón, 2006).

De la tarea, este tipo de cultura se da mediante el trabajo grupal, teniendo alta adaptabilidad y su **Fuente** de poder es la capacidad técnica de la organización en la aplicación estructural matricial o virtual; tiende a compartir el conocimiento, a dar solución oportuna a los problemas y a manejar proyectos

complejos e innovadores; también evita los privilegios hacia el personal (Chávez, 2013) (Cruz & Calderón, 2006).

Elementos de la cultura organizacional

Los elementos que constituyen la cultura organizacional, se dan por todos aquellos caracteres de su entorno y que son compartidos por todos los individuos de la organización. Estos elementos son los instrumentos, las creencias y valores conscientes y, los supuestos organizacionales inconscientes

Con respecto a los **supuestos organizacionales inconscientes**, son todos aquellos supuestos que tienen los miembros de la organización y que no se los ha identificado, más a la hora de de buscar cambios culturales, los mismos (supuestos) conducen a resistencias por parte del personal y que dificultan la mejora continua. Dentro de este elemento, los miembros de la organización, al enfrentarse a cambios, comienzan a mostrar los supuestos inconscientes como frases como: *las cosas se hacen de esta forma aquí...*, *¿Por qué necesitamos aquello?*, no presentando ningún justificativo y muchas veces solo expresan *porque sí...* (Chiavenato , 2009) (Etkin & Schvarstein, 2000)

Como segundo elemento están las **creencias y valores conscientes**, mismos que se constituyen en la columna vertebral de la empresa y están expresados en los objetivos, la filosofía y modelo empresarial, las estrategias, su relación con la sociedad y el comportamiento de la dirección gerencial.

Los **instrumentos** se constituyen en tercer elemento de la cultura organizacional y contribuye a materializarla por medio de los procesos explícitos e implícitos, así como por medio de la estructura formal e informal (Chiavenato , 2009) (Etkin & Schvarstein, 2000).

Valor de la cultura organizacional

En la cultura organizacional, los valores, se constituyen en la base en la cual actúan las personas que lideran las empresas y con las mismas efectúan las planificaciones y las estrategias y que deben ser cumplidos si la organización quiere sobrevivir. En sí, los valores dirigen a las organizaciones.

Los valores de la organización, dentro de su cultura, surgen de su historia, de aquellas decisiones que han ido tomando sus miembros, las acciones que

se dan en el día a día y la cotidianidad y que se aprenden a través de la comunicación efectivas; tomando en cuenta que existen valores que han sido instaurados mediante acuerdos tácitos entre sus miembros donde se establecieron las acciones aceptables y las no aceptables, aquello que se espera y lo que no se espera dentro del seno del sistema social de la organización; por lo que, es la misma organización que define sus propios valores y se fortalece cuando estos están en concordancia con los valores de la justicia natural, permitiendo mayor compromiso cohesivo entre los integrantes (Chiavenato , 2009).

La cultura organizacional para el cambio de la PYME

Uno de los factores importantes que sirve de cohesión social es la cultura organizacional de la PYME, la cual indica la forma en que se realizan las cosas (procesos) dentro de la organización y cómo éstas afectarían en su crecimiento económico; por lo que se hace necesario identificar la tipología de la cultura empresarial, los factores básicos que se necesitan para que esta cultura organizacional se alinee a la PYME.

Ansoff y la tipología de la cultura empresarial

Según Ansoff, Declerck & Hayes (1983) citado por Elizalde (2011), manifiesta que el tipo de cultura empresarial (Ver Figura 2) es inducida por la evolución que experimentan las empresas y que ésta es definida por las diferentes actuaciones y atributos que cuenta. Asimismo, Ansoff et al., manifiesta que, de acuerdo a la forma de actuar de la empresa, es que se determina su cultura y ésta es la que guía a los trabajadores en su día a día, para que alcancen las metas; además, de acuerdo a su realidad va evolucionando cuando realiza cambios culturales para alcanzar mejores resultados, así como el responder con rapidez a las necesidades que se presentan ya sea a favor de la misma empresa, los clientes o a los movimientos de un competidor.

Figure 2.- Tipología de la cultura empresarial según Ansoff

TIPO	Perspectiva Temporal (1)	Foco atención (2)	Propensión al cambio/riesgo (3)	Aceptación ruptura con pasado (4)	Lema (5)/ Área Organizativa
Estable	Pasado	Interno	No	No	"No perturbar la Calma". Contabilidad
Reactiva	Presente	Interno	Mínimos	Mínimos	"Estar preparado para todo". Finanzas
De previsión	Futuro, como extrapolación del presente	Interno/ externo	Incremental	Habitual	"Planificar el futuro" Marketing + Planificación
Exploratoria	Futuro	Externo	Si, si existe buena relación riesgo/ganancia	Si	"Estar allí donde la acción esté". Producto - Mercado
Creativa	Futuro	Externo	Si, busca riesgos no corrientes	Si	"Inventar el futuro" I+D+i/ New Ventures
(1) perspectiva temporal en la que la empresa se ve a sí misma y a su entorno; (2) foco de atención de la empresa (interno/externo); (3) propensión al cambio: señal del mismo; (3) grado de aceptación de la ruptura con las actuaciones pasadas; (4) propensión al riesgo en la elección de las estrategias; (5) lema / área organizativa generalmente asociada al este tipo de cultura					

Desde la perspectiva de Ansoff, las empresas pueden ir evolucionando de acuerdo a su contexto, manteniendo sus prevenciones presentes y preparándose para el futuro, conllevándolas a una planificación más duradera, más ardua, más preventiva y, donde cada uno de los integrantes de la organización se enfocan a la consecución de los objetivos; por lo que es necesario de estrategias que le permitan a la PYME, afrontar y enfrentar cada situación que se le presente, como en la crisis financiera del 2008 que se dieron, producto de fallas en el comportamiento de la cultura organizacional de las empresas y sus regulaciones (Vives & Abreu, 2015).

El modelo de las 7S

El modelo de las 7S es un modelo que une los 7 factores básicos para cualquier estructura organizativa. Suele emplearse para evaluar si la implementación de cualquier tipo de estrategia en la organización estaría alineada con dichos factores. En caso negativo sería necesario replantearse parte o la totalidad de la estrategia.

Este modelo, que define múltiples factores, se clasifica en dos grupos, el primer grupo, el de las habilidades emocionales que engloban los valores compartidos, las habilidades, el estilo y el personal; en el segundo grupo están las habilidades racionales que enmarcan las estrategias, la estructura y el sistema.

Habilidades emocionales

Estilo. – dentro del este factor se enmarca la cultura de la organización, que es donde están las bases que norman el comportamiento y las buenas prácticas que se dan o deben darse dentro de la PYME, y donde los directivos y jefes deben ser quienes las cumplan primero, como ejemplo para todo el personal.

Personal. – se constituyen en la columna vertebral de toda organización y un activo muy importante para la PYME, por lo que el trato al personal debe estar alineado a las estrategias empresariales.

Habilidades. - se refiere al conocimiento práctico, habilidades o competencias centrales que son requeridas y que deben tener los miembros de la PYME .

Valores compartidos. – este factor se constituye en el corazón de la empresa y que hace unir a los miembros de la PYME y los conlleva al mismo norte.

Habilidades racionales

Sistemas. – son aquellos procesos internos y sistemas de información que le permite a la PYME su funcionamiento.

Estrategia. - son aquellas acciones que la empresa emprende, con la finalidad de organizarse y dar cumplimiento a sus objetivos.

Estructura. – Son todas aquellas estructuras que le permite a la PYME organizarse y es aquí donde cumplen la funcionalidad el organigrama y los manuales de funciones, así como los documentos que le otorgan vida jurídica y jerarquía.

Desde todas estas perspectivas sobre la cultura organizacional de la PYME, se aprecia que la misma contribuye al buen desempeño de las personas que

trabajan en la organización, lo cual conlleva a resultados positivos o negativo en todos los ámbitos de la empresa, incluyendo el económico.

Crecimiento económico

Tomando en cuenta que es necesario que las PYMES crezca y en este sentido también deben desarrollarse económicamente, es necesario identificar lo que es crecimiento económico y lo que es desarrollo económico y de acuerdo a de acuerdo a Blanchard & Pérez (2000) y Salguero (2006), el primer concepto etapa en virtud al cambio perenne de la producción agregada a través del tiempo y, el segundo concepto se da por el persistente aumento del bienestar de la población. Por lo que, sino no se da crecimiento económico, tampoco se da el desarrollo económico y viceversa.

En el caso, al experimentar las PYME un crecimiento económico, sus empleados experimentarán un desarrollo económico, lo cual generará estabilidad y seguridad.

Conllevar a una PYME a su crecimiento, es el reto principal que tiene todo el personal que trabaja en la misma y este desafío no se exceptúa de riesgos, ya que, al querer que la organización emprendedora intra, crezca y, proyectarla al mercado tendrá que direccionarse a procesos de desarrollo más ordenados y consistentes, así como a su especialización o diversificación, su crecimiento interno y competencia, también a la eficiencia, eficacia, calidad y calidez de sus productos o servicios (Alba, 2017).

Procesos de desarrollo y crecimiento interno de la PYME

De acuerdo a la postura de Penrose (1959) citado por Molina, López, & Contreras (2014), los factores intangibles dentro de la empresa toman una dimensión real que le corresponde, porque les permite ver hacia la parte interna de la organización con la finalidad de potenciar sus recursos y lograr la obtención de un acelerado crecimiento mediante la conquista del mercado, lográndose mediante procesos de desarrollo.

Toda empresa busca la innovación, lo cual la conlleva a un proceso de continuo desarrollo y para esto es necesario que se cumplan con diferentes etapas que permitan apreciar el momento de crecimiento de la PYME, es así

que se da una interacción entre la empresa y el entorno, entre los recursos y el personal, entre los líderes y el personal, y todo esos con las personas; destacándose que esta interacción es un apoyo para consolidar el negocio y apoyar a su crecimiento, pero así mismo puede frenar o impedir su crecimiento.

Dentro del proceso de desarrollo para el crecimiento de la PYME, se presentan seis etapas que se enmarcan en la previsión y planeación, la organización, la dirección, la integración de recursos humanos y no humanos, la ejecución y la etapa de evaluación, donde cada una de ellas tiene características específicas y permiten conocer si la interacción entre los diferentes elementos que integran el negocio, apoyan o impiden el adecuado manejo de estas etapas.

Primera Etapa: previsión y planeación

Esta etapa es el de inicio del negocio y es donde se define la misión, visión, objetivos estratégicos, metas, valores y la ética de la PYME, así como las políticas, procedimientos, presupuestos, planes y programas de trabajo; además, se delimita los alcances del mercado y su entorno y todo esto se debería hacer, de forma ideal, antes de emprender el negocio.

Si en la nueva empresa se logra consolidar esta etapa, los beneficios que se alcanzarían, serían:

- ✓ Confianza y apoyo al proyecto de la empresa
- ✓ Conciencia clara de la realidad, como su contexto, el mercado al que se enfrentaría, los recursos con lo que cuenta y necesitaría, las posibilidades que le ofrece el entorno, etc.
- ✓ Tener claridad si el proyecto es viable.
- ✓ Tener claridad entre las posibilidades existentes y los recursos que se necesitan.
- ✓ Mayor compromiso con el proyecto y su arranque.
- ✓ Una orientación clara para alcanzar los objetivos.
- ✓ Se establecen criterios que permiten predecir el trabajo.

Segunda etapa: organización

Esta es la etapa en la que la PYME tiene que definir el o los límites de sus actividades; es aquí donde aparecen las normativas y los reglamentos, los

organigramas, los manuales de funciones, los horarios y los espacios físicos que son requeridos para el buen desenvolvimiento de la empresa. En esta etapa es donde se fijan los límites para todos y se debe crear las estructuras necesarias que permitan medir los resultados de las tareas.

Al lograrse consolidar esta etapa, los beneficios para la organización serían los siguientes:

- ✓ Claridad en el desempeño que deben alcanzar.
- ✓ Límites empresariales definidos, en lo que respecta a sus actividades.
- ✓ Estructura empresarial
- ✓ Establecimiento de las normas y reglamentos.
- ✓ Definición adecuada de las funciones.
- ✓ Personas con seguridad y autonomía.

Tercera Etapa: dirección

Para esta etapa, el líder establece su estilo de dirección y cómo actuará, teniendo como reto, lograr la integración del equipo y el compromiso de los empleados en virtud a la organización y sus metas.

Es necesario que líder ejerza un verdadero liderazgo y brinde confianza y sinceridad a los empleados para que se sienta valorado, respetado y reconocido, además apoyarlo, conducirlo y que les permita la iniciativa y la creativa.

Es necesario que el líder sepa delegar funciones y a la vez exigir su cumplimiento, no llegando a ser anárquico, pero si estableciendo mecanismos adecuados de control.

Existen beneficios dentro del negocio por la consolidación de esta etapa, y son:

- ✓ Organización e integración de grupos de trabajo que sean productivos.
- ✓ Adquisición de prioridad alta de la tarea de la PYME.
- ✓ Identificación de quién es la autoridad.
- ✓ El líder tiene que ser claro, honesto y congruente con las decisiones
- ✓ Existencia un alto grado de cohesión por parte del equipo de trabajo

Cuarta etapa: integración de recursos humanos y no humanos

En esta etapa se aúnan todos los recursos materiales, tecnológicos y esfuerzos con la misión, visión, objetivos, estrategias, normas, procedimientos y con la jerarquía establecida.

El cumplimiento de esta etapa, se tienen como beneficio:

- ✓ Sentimiento de pertinencia y de orgullo por la empresa.
- ✓ Valor propio ante el trabajo.
- ✓ Equipo, mobiliario e instalaciones bien cuidados.
- ✓ Compromiso con la organización y cada uno cumple con sus funciones con eficiencia y eficacia, sin temor.
- ✓ El fundamento de actuación de la PYME se da mediante el cumplimiento de las normas y políticas establecidas.
- ✓ Los recursos son usados racionalmente.

Quinta etapa: ejecución

Es aquí donde se deben cumplir los objetivos de la empresa que se justifica mediante la producción de sus productos o la entrega de sus servicios. Esta es la etapa más larga previamente programada y con supervisión continua de sus actividades. Aquí se puede dar flexibilidad ante la creatividad que promuevan y faciliten la acción, transformación y productividad.

Al lograr esta etapa se obtienen los siguientes beneficios:

- ✓ Las metas y programas son cumplidas de acuerdo a las normativas establecidas.
- ✓ Al logro de la empresa se presenta una actitud flexible.
- ✓ La ejecución de las tareas se las da mediante la creatividad.
- ✓ Siempre existe una actitud crítica ante la actuación de la organización.

Sexta etapa: evaluación

Esta etapa es muy importante, porque debe ser una actividad continua y permanente, la cual se da mediante un análisis de resultados a la gestión de la empresa y su fin es corregir la dirección de la empresa, si acaso se presentan desviaciones o fortalecer los logros; por lo que es necesario que se establezcan canales y procedimientos que permitan la retroalimentación.

Los beneficios de esta etapa serán:

- ✓ Capacidad de retroalimentar a partir de experiencias.

- ✓ Tener conciencia de los hechos que se han ejecutado
- ✓ Tener la capacidad de enseñar mediante la transmisión de experiencias.
- ✓ Energía y fuerza para continuar con la PYME o volver a reiniciar.

Es necesario que la PYME crezca tanto a lo interior como a lo exterior y es por ello que se requiere que se cumplan con estas etapas y dar prioridad a cada una de ellas, tomando en cuenta que la primera siempre se debe ejecutar cuando se expanda y no sólo cuando se crea, ya que al expandirse la organización se llega a nuevos mercado y contexto.

1.5.1. Marco conceptual

PYMES: conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (SRI, s/f).

Cultura organizacional: conjunto de creencias, hábitos, valores, actitudes, tradiciones entre los grupos existentes en todas las organizaciones. El término cultura organizacional es una expresión muy usada en el contexto empresarial.

Rendimiento financiero: es la ganancia que permite obtener una cierta operación. Se trata de un cálculo que se realiza tomando la inversión realizada y la utilidad generada luego de un cierto periodo.

Competitividad: es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de estudio:

Estudio descriptivo: a través del mismo se describirá si existe relación entre la cultura organizacional y el crecimiento económico de las pymes en el sector comercial de la ciudad de Babahoyo, así como determinar la dinámica en que se desenvuelve y las características de la cultura organización de las pymes.

Estudio de campo: este tipo de estudio es aquel que conlleva al investigador a ir al lugar o sitio de estudio, esto es las pymes que se

encuentran en el sector comercial de la ciudad de Babahoyo, esto es las que se encuentran dentro del segmento entre las calles Eloy Alfaro, Malecón 9 de Octubre, 18 de Mayo y Vargas Machuca.



Google. (Babahoyo). [Sector comprendido entre las Calles Eloy Alfaro y 18 de Mayo y Avenidas Vargas Machuca y Malecón 9 de Octubre]. Consultado el 15 de enero de 2019, de <https://www.google.com/maps/@-1.8014181,-79.5323803,1011m/data=!3m1!1e3>

Estudio documental: este tipo de estudio es necesario dentro de la presente investigación, ya que a través del mismo se citará la literatura existente con respecto al tema a tratar y se tomará lo más necesario y esencial para la construcción del marco teórico.

2.2. Método de investigación

Método Inducción: a través de este método se llegará a establecerse que el conocimiento de procesos administrativos básicos dentro de la cultura organizacional de las pymes permitirá que estas pequeñas y medianas empresas obtengan rendimientos económicos favorables, su crecimiento y por ende su permanencia en el mercado.

Método deductivo: a través de este método permitirá conocer si el cierre y el poco rendimiento económico de las pymes del sector comercial de Babahoyo está dado porque existe desconocimiento de procesos administrativos básico dentro de su cultura organizacional por parte de sus dueños.

2.3. Unidad de análisis, población y muestra (si aplica)

En el sector objeto de estudio, se encuentran 815 pymes aproximadamente, con una población aproximada entre trabajadores, empleados y propietarios de 2012 personas.

Para la obtención de la muestra tanto de personas como número de PYMES se ha planteado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N=Total de la población

Z_α= 1.96 elevado al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

P= proporción esperada (0.5)

Q=0.5

D=precisión 5% (0.05)

Desarrollo del Cálculo de la Muestra - PERSONAS

$$n = \frac{2012 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (2012 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{2012 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 2012 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{1932.3248}{5,9904}$$

n=323

Desarrollo del Cálculo de la Muestra - PYMES

$$n = \frac{815 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (815 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{815 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 815 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{782.726}{2,9979}$$

n=261

2.4. Variables de la investigación, operacionalización

VARIABLE DIRECTA	VARIABLE INDIRECTA	DIMENSIONES	INDICADORES
Crecimiento económico.	Cultura Organizacional	<p>Procesos administrativos de las pymes</p> <p>Procesos de cultura organización</p> <p>Crecimiento económico</p> <p>Normativa de regulación pymes</p>	<p>Recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme.</p> <p>Recursos económicos que permiten mantener la pyme.</p> <p>¿Cuántos años tiene funcionando este negocio?</p> <p>Plan de negocios de la PYME</p> <p>Políticas de atención al cliente de la PYME</p> <p>Definición de las funciones que desempeña el empleado</p> <p>La pyme cuenta con inventario</p> <p>La PYME lleva registros contables</p> <p>La PYME cuenta con un manual de control interno:</p> <p>La PYME ha cumplido con obtener documentos y permisos para su funcionamiento.</p> <p>Comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME</p> <p>Personal separa los asuntos personales de los asuntos del negocio</p> <p>Se delega ciertas responsabilidades de forma oportuna</p> <p>Existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME</p> <p>Se vivencia la práctica de principios éticos y de valores en la PYME</p> <p>Los acuerdos que se llegan entre los integrantes de la PYME, se los redacta y se los aplica.</p> <p>Se busca soluciones con todos los integrantes de la PYME por los embates económicos, políticos y sociales de entorno.</p> <p>Se recuerda continuamente la visión y misión de la PYME.</p> <p>Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento de la PYME.</p> <p>Existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes de la PYME.</p> <p>Tiene puntualidad en la entrega de sus productos y/o servicios</p> <p>Cumple con los pedidos, citas de negocios y contratos.</p> <p>Cumple con los controles y deberes empresariales en el ámbito legal, laboral y ambiental.</p> <p>Se analizan hechos del entorno y se actúa antes de que éstas situaciones amenacen su permanencia.</p> <p>Se busca orientación al cambio y a la mejora continua.</p> <p>Cuenta con planes de crecimiento económico a largo plazo.</p> <p>Existe coherencia ente lo que los miembros de la PYME dicen y lo que actúan.</p> <p>Existe franqueza y verdad en lo que los miembros de la PYME expresan.</p> <p>Existe confianza en las relaciones comerciales y relaciones humanas que se dan en la PYME</p>

2.5. Fuentes y técnicas para la recolección de información

Fuentes Primarias: Texto y artículos científicos.

Fuentes secundarias: Tesis para la obtención de maestrías o doctorados; Artículos de revistas; Artículos de diarios.

Técnicas:

Encuesta: esta técnica será imprescindible para la recolección de la información, ya que por medio de la elaboración de preguntas de base estructurada se logrará que tanto los empleados, trabajadores y dueños respondan el cuestionario que se les entregará, para luego tabular y por ende lograr establecer las relaciones existentes dentro de la temática que se está investigando.

La selección de las preguntas se realizaron en forma cerradas con múltiples opciones para que los encuestado tengan que elegir de entre varias respuestas aquella que considere más oportuna.

Observación: La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros).

Los numerosos sistemas de codificación que existen, podrían agruparse en dos categorías: los sistemas de selección, en los que la información se codifica de un modo sistematizado mediante unas cuadrículas o parrillas preestablecidas, y los sistemas de producción, en los que el observador confecciona él mismo su sistema de codificación.

○ Mediante el uso de una agenda se podrá escribir todo lo observado.

2.6. Tratamiento de la información

Para organizar y procesar la información obtenida a través de las encuestas y otra técnica en el desarrollo de la investigación, Y Microsoft Office Excel, software potente que permite crear tablas que calculan de forma automática los totales de los valores numéricos que se especifica y también nos brinda la creación gráficos demostrativos simples.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de la situación actual

Babahoyo se encuentra ubicada en la Provincia de Los Ríos, de la cual es su capital y de acuerdo al diario La Hora (2013), es un punto estratégico de enlace entre la Sierra Centro, la Sierra Norte y la provincia del Guayas; además, desde la implementación del Sistema de Control de Inundaciones, permitió que la ciudad no se inundara en los años 1998 y 2008, cuando llegó el Fenómeno del Niño; y, esto ha permitido, que la capital fluminense se desarrolle en su casco urbano, tanto en infraestructura y económicamente (Chiriboga, 2009).

La dinámica económica de Babahoyo se da por la agricultura a gran escala, la agroindustria y es evidente su desarrollo económico por el incremento de negocios de diferentes tipologías y que son de diferentes tamaños, estructuras y que, a pesar de abrirse paso en toda la ciudad, muchos de estos negocios se encuentran en diferentes puntos, como los sectores de la 4 de Mayo, de la Prefectura, 10 de Agosto, Malecón, Ex Bahía, Calle Juan X Marcos, entre otros; y, de acuerdo a datos del INEC (2014), existen en el cantón de Babahoyo 2544 empresas legalmente constituidas; y, de acuerdo a datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Babahoyo, en la ciudad existían, al 2013, 324 PYMES registradas (Crespo & Mayorga , 2013); pero existen más, por la informalidad que se da dentro de este sector económico.

Esta investigación se enfoca en la cultura organizacional de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo para el crecimiento económico de las mismas, producto de una relación entre todas las acciones que se efectúan en ellas; lo cual permite conocer la capacidad de estas pequeñas y medianas empresas dentro de su dinámica de crecimiento.

3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

Referente a la muestra de estudio y resultados obtenidos (Ver Anexo 3), se evidencia que el 92% de los encuestados manifiestan que el negocio se

enmarca en la microempresa y contarían de 1 a 9 empleados; un 7%, enmarcan al negocio a la Pequeña Empresa y contarían de 10 a 49 empleados; un 1% expresa que el negocio es una Mediana Empresa y cuenta con una cantidad de personal que va desde los 50 a los 199 empleados; no existe grandes empresas en la muestra objeto de estudio; asimismo, los encuestados, en un 52%, expresan que la naturaleza del negocio es de índole familiar; otro 41% indican que es de índole Individual y un solo un 7% manifiestan que el negocio es con socios.

Otro aspecto a considerar, está que el 40% de los encuestados, manifiestan que usaron recursos propios para iniciar su negocio; un 27% recurrieron a préstamos de la banca o cooperativas; un 9% recurrió a préstamos a personas con altas tasas de intereses y un 24% de los encuestados expresó que desconoce el origen de los recursos financieros que permitieron dar vida al negocio; también hay que considerar que los recursos económicos que permiten mantener la pyme, el 37% de los encuestado indican que el negocio se mantiene con los recursos económicos que genera la propia pyme; otro 30% manifiesta que por medio de préstamos continuos a bancos y/o cooperativas; un 8% mantienen el negocio mediante los préstamos continuos a personas con altas tasas de intereses y un 24% desconoce con qué recursos se mantiene el negocio.

Consideran, que, entre los cargos y puestos que desempeñan los encuestados, el 71% es Gerente – Propietario; un 27% desempeña funciones varias como empleado del negocio; el 1% es propietario y el 1% es gerente; por otra parte, y muy importante es que de las pymes seleccionadas, se evidencia que tienen pocos años de incursión en el mercado y las que van de Menos a 2 años es del 44%; el 32% tiene de 3 – 5 años; las que tienen de 6 – 8 años, representan el 9%; las que cuentan de 9 a 12 años, corresponden al 14% y solo con 1%, están los negocios que cuentan de 9 – 12 años.

Análisis de las preguntas efectuadas a los encuestados

¿Cómo se beneficiaría la PYME con la implementación de un plan de negocios?

A la pregunta realizada sobre los beneficios de implementar un plan de negocios en la pyme, se obtuvieron los siguientes resultados:

Un 45% indica que la implementación de un plan de negocios en la pyme, asegura su viabilidad económica, dándole una idea clara del negocio, de los productos y servicios que ofrece.

En cambio, un 38%, manifiesta que la implementación de un plan de negocios en la pyme, permitiría conocer la competencia y cómo afrontar la misma, ya que existe la idea clara del negocio, aquellos productos y/o servicios que ofrecen, caracterizando que todo esto conlleva a evaluar permanentemente lo que se oferta a los clientes y el grado de satisfacción del consumo o uso de los mismos.

El 17% de los encuestados desconocen lo que es un plan de negocios.

Se pudo determinar que sólo un 38% de las pymes cuenta con un plan de negocios implementado.

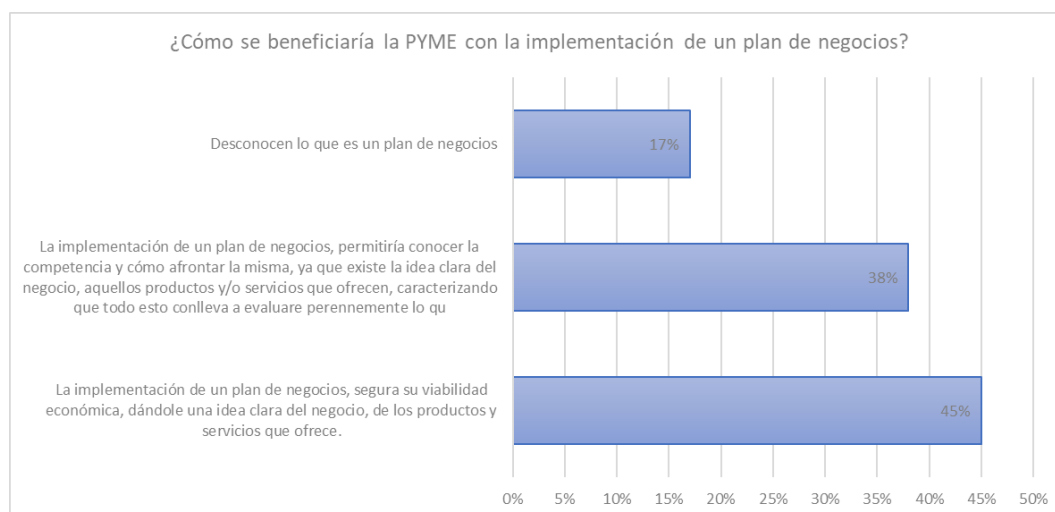
Tabla 1.- ¿Cómo se beneficiaría la PYME con la implementación de un plan de negocios?

DESCRIPCIÓN	%
La implementación de un plan de negocios, asegura su viabilidad económica, dándole una idea clara del negocio, de los productos y servicios que ofrece.	45%
La implementación de un plan de negocios, permitiría conocer la competencia y cómo afrontar la misma, ya que existe la idea clara del negocio, aquellos productos y/o servicios que ofrecen, caracterizando que todo esto conlleva a evaluar permanentemente lo que se oferta a los clientes y el grado de satisfacción del consumo o uso de los mismos.	38%
Desconocen lo que es un plan de negocios	17%
TOTAL	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 3.- ¿Cómo se beneficiaría la PYME con la implementación de un plan de negocios?



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

¿Cuáles serían los beneficios de implementar políticas de atención al cliente en la pyme?

Las respuestas que se obtuvieron al plantear la pregunta sobre los beneficios de implementar políticas de atención al cliente, fueron las siguientes:

Un 42% de los encuestado manifiestan que, los beneficios de implementar políticas de atención al cliente, es su satisfacción y por lo tanto el cliente que mantendrá lealtad y además un cliente satisfecho es un potencial promotor de los servicios y productos que ofrece la pyme.

Los encuestados en un 28% consideran que la implementación de políticas de atención al cliente es sinónimo de mayores ingresos, pero que a la vez esto también involucra mayor dedicación por parte de todos lo que forman parte de la pyme, con la finalidad de satisfacer a los clientes.

El 19% de los encuestados indican que la implementación de las políticas de atención al cliente, trae consigo mayores responsabilidades de todos los que trabajan en la pyme, que esto conlleva a aprender aceptar sugerencias y mejorar procesos, pero, sobre todo, es la organización interna de la pyme que se debe fortalecer.

El 11% de los encuestados desconoce lo que son políticas de atención al cliente.

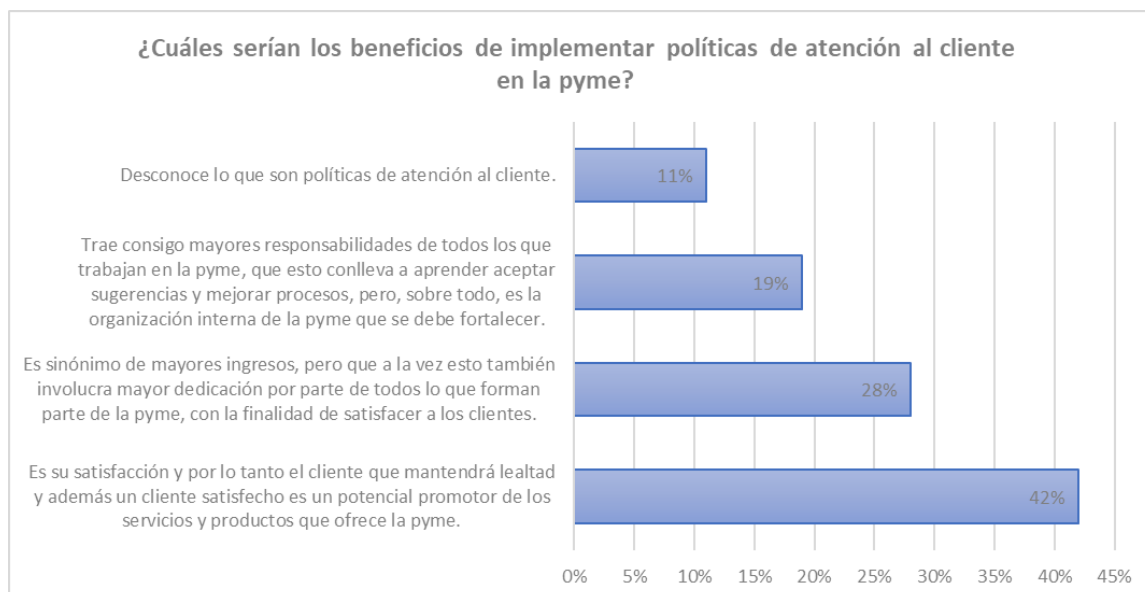
De los datos obtenidos, se evidencia que el 66% de las pymes del sector cuenta con políticas de atención al cliente.

Tabla 2.- ¿Cuáles serían los beneficios de implementar políticas de atención al cliente en la pyme?

DESCRIPCIÓN	%
Es su satisfacción y por lo tanto el cliente que mantendrá lealtad y además un cliente satisfecho es un potencial promotor de los servicios y productos que ofrece la pyme.	42%
Es sinónimo de mayores ingresos, pero que a la vez esto también involucra mayor dedicación por parte de todos lo que forman parte de la pyme, con la finalidad de satisfacer a los clientes.	28%
Trae consigo mayores responsabilidades de todos los que trabajan en la pyme, que esto conlleva a aprender aceptar sugerencias y mejorar procesos, pero, sobre todo, es la organización interna de la pyme que se debe fortalecer.	19%
Desconoce lo que son políticas de atención al cliente.	11%
TOTAL	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 4.- ¿Cuáles serían los beneficios de implementar políticas de atención al cliente en la pyme?



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
ElaboradO por: El autor

Las funciones que usted desempeña, está definidas en:

Tabla 3.- Las funciones que usted desempeña, está definidas en:

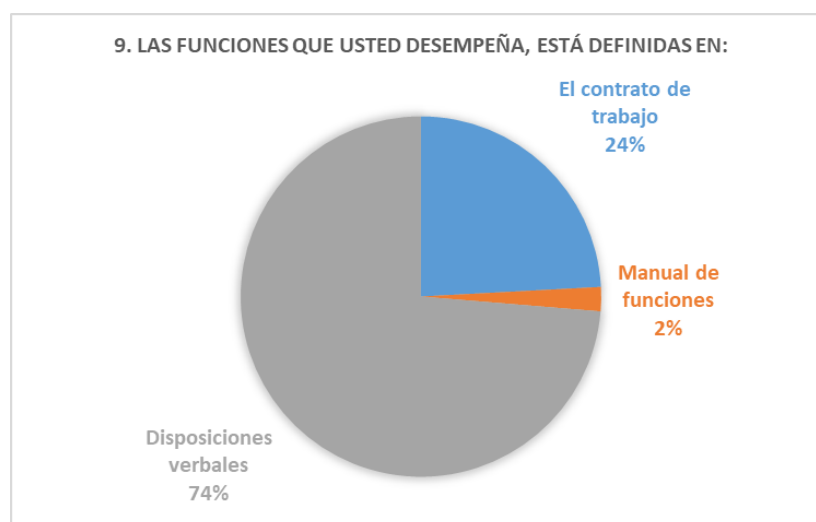
Las funciones que usted desempeña, está definidas en:

Descripción	Cantidad	%
El contrato de trabajo	78	24%
Manual de funciones	7	2%
Disposiciones verbales	238	74%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 5.- Las funciones que usted desempeña, está definidas en:



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – frente a la pregunta, que de dónde estaban definidas las funciones que desempeñaban, el 74% de los encuestados manifestaron que estaban dadas por disposiciones verbales; un 24% que estaban definidas en el contrato de trabajo y un 2% indicaron que sus funciones estaban en el Manual de Funciones.

El inventario de todos los bienes de muebles e inmuebles, así como de los productos que ofrecen en la PYME, se encuentra en:

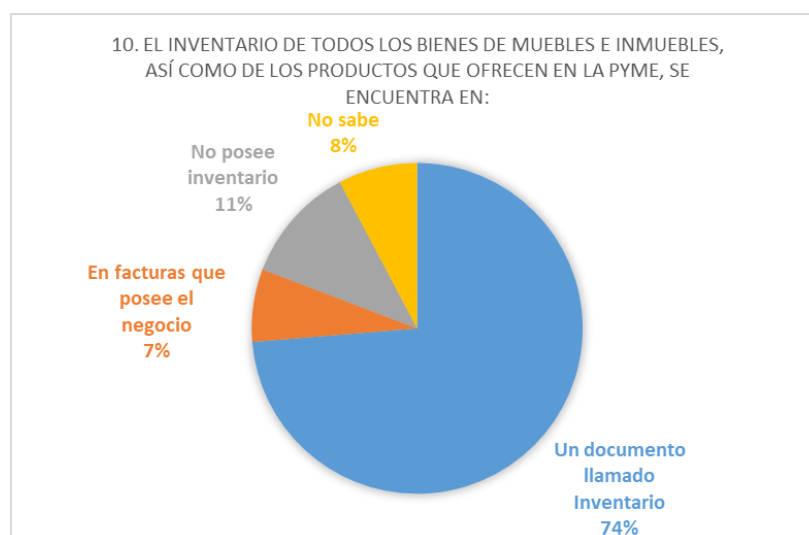
Tabla 4.- El inventario de los bienes y productos se encuentran en:

El inventario de los bienes y productos se encuentran en:		
Descripción	Cantidad	%
Un documento llamado Inventario	238	74%
En facturas que posee el negocio	23	7%
No posee inventario	37	11%
No sabe	25	8%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: El autor

Figure 6.- El inventario de los bienes y productos se encuentran en:



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS. – a la pregunta sobre si el inventario de todos los bienes de muebles e inmuebles, así como de los productos que ofrecen en la PYME, se encuentra en, los encuestados manifestaron, en un 74%, que se encuentra en un documento llamado inventario; un 11% indican que no poseen inventarios; un 7%, expresa que recurren a las facturas que posee el negocio; y, un 8%, expresa no saber cómo está inventariado los bienes y productos de la PYME.

La PYME lleva registros contables:

Tabla 5.- La PYME lleva registros contables:

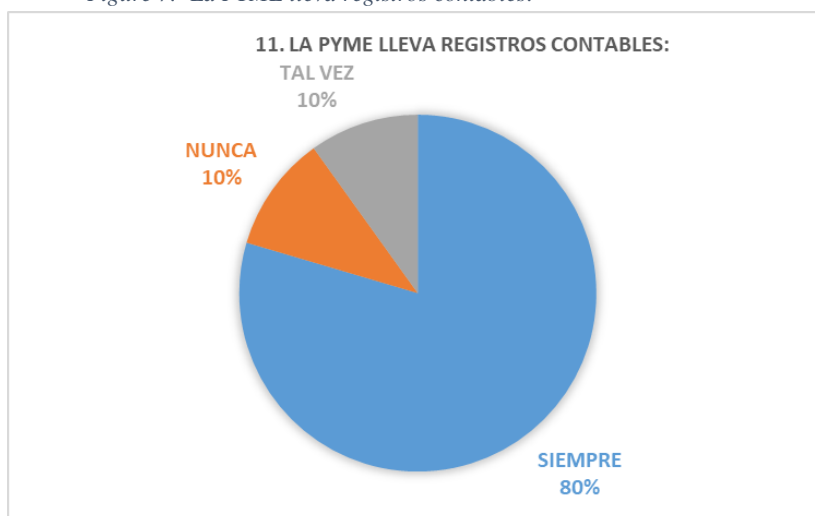
La PYME lleva registros contables:

Descripción	Cantidad	%
SIEMPRE	257	80%
NUNCA	34	11%
TAL VEZ	32	10%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 7.- La PYME lleva registros contables:



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – los encuestados manifestaron, en un 80%, que el negocio si lleva registros contables; un 10% indica que no llevan estos registros; y, un 10% no sabe si se llevan registros contables en el negocio.

¿Qué beneficios conlleva el efectuar control interno en la pyme?

Los encuestados al consultársele sobre los beneficios de efectuar un control interno en la pyme, dieron las siguientes respuestas.

El 83% de los encuestados, consideran que la pyme tendría estabilidad financiera y permanencia en el mercado, ya que el control interno mejoraría los procesos de acuerdo a las falencias detectadas; asimismo que se evitaría el desvío de fondos que perjudicarían la estabilidad de la pyme.

Un 17% de los encuestados manifiestan desconocer qué se hace en un control interno y que esto les impide dar una respuesta oportuna.

De los datos obtenidos en la encuesta se evidencia que el 83% de las pymes indican que es beneficioso efectuar un control interno, más sólo un 10% cuenta con un documento que les permite llevar de control interno del negocio.

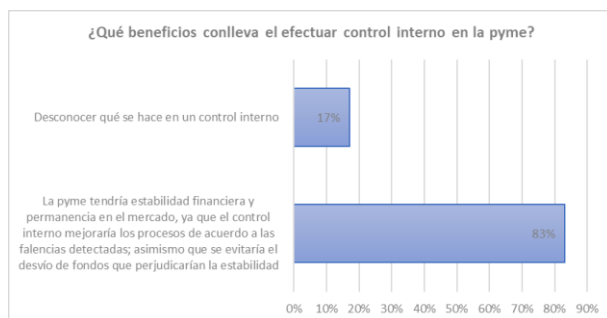
Tabla 6.- ¿Qué beneficios conlleva el efectuar control interno en la pyme?

DESCRIPCIÓN	%
La pyme tendría estabilidad financiera y permanencia en el mercado, ya que el control interno mejoraría los procesos de acuerdo a las falencias detectadas; asimismo que se evitaría el desvío de fondos que perjudicarían la estabilidad	83%
Desconocer qué se hace en un control interno	17%
Total	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 8.- ¿Qué beneficios conlleva el efectuar control interno en la pyme?



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Considera usted que existe una buena comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME

Tabla 7.- existe una buena comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME

Existe una buena comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	219	68%
Casi siempre	87	27%
Nunca	17	5%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: El autor

Figure 9.- existe una buena comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: El autor

ANÁLISIS. – a la pregunta que, si existe una buena comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME, el 68% indica que siempre, un 27% considera que casi siempre y un 5% manifiesta que nunca se da una buena comunicación.

Considera usted, que las personas que integran este negocio, separan los asuntos personales de los asuntos del negocio

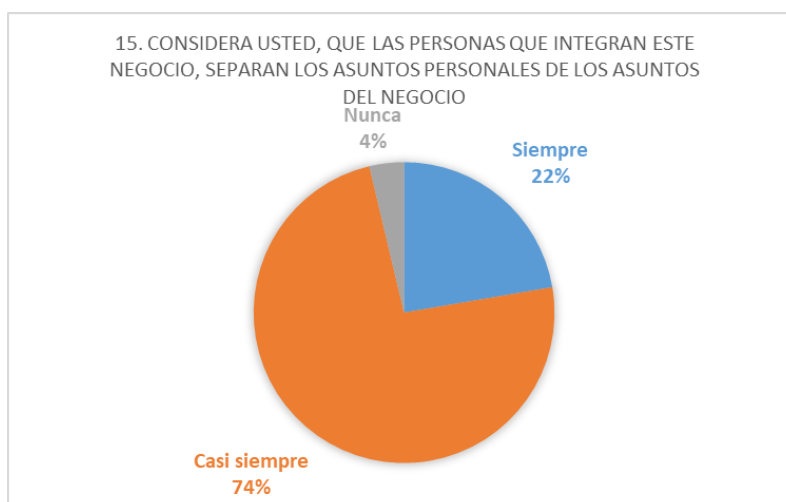
Tabla 8.- las personas que integran este negocio, separan los asuntos personales de los asuntos del negocio

Las personas que integran este negocio, separan los asuntos personales de los asuntos del negocio		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	72	22%
Casi siempre	239	74%
Nunca	12	4%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 10.- las personas que integran este negocio, separan los asuntos personales de los asuntos del negocio



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – los encuestados consideran que las personas que integran el negocio, en un 74%, casi siempre separan los asuntos personales de los asuntos del negocio; el 22% consideran que siempre lo hacen; y, un 4% manifiestas que nunca se ha dado esta separación de los asuntos personales con los asuntos del negocio.

Considera usted que existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME:

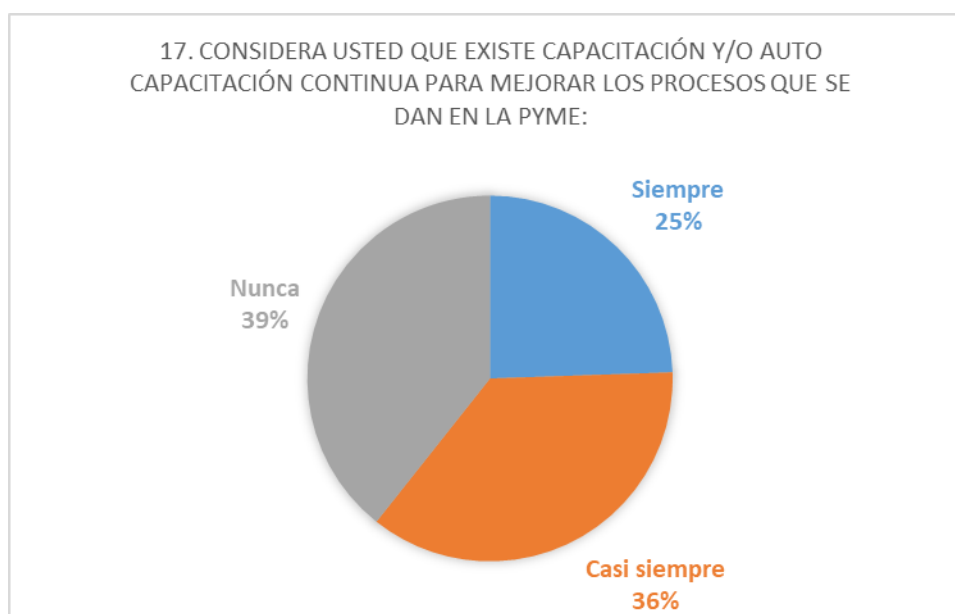
Tabla 9.- existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME

Existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	79	24%
Casi siempre	117	36%
Nunca	127	39%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 11.- existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – a la pregunta de que, si existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME, los encuestados, en un 39% expresaron que nunca; otro 36%, indicaron que casi siempre; y, un 25%, manifiesta que siempre se da capacitaciones o auto capacitaciones.

Considera usted que, dentro de la dinámica de convivencia que se da dentro del negocio, existe una práctica continua de principios éticos y de valores:

Tabla 10.- dentro de la dinámica de convivencia que se da dentro del negocio, existe una práctica continua de principios éticos y de valores

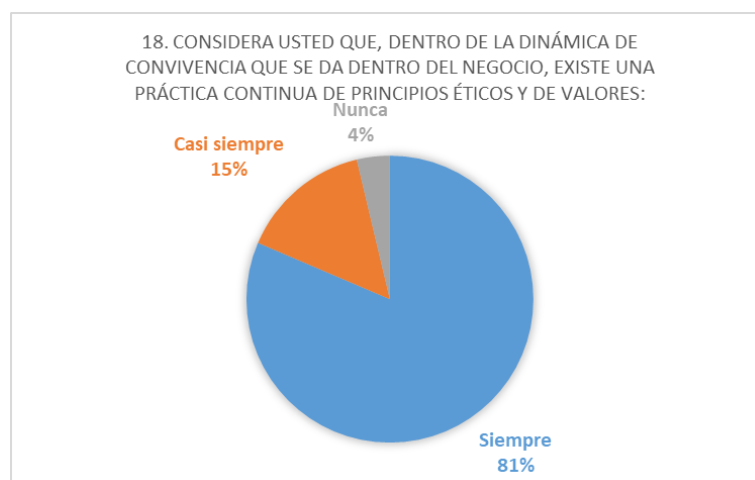
Dentro de la dinámica de convivencia que se da dentro del negocio, existe una práctica continua de principios éticos y de valores.

Descripción	Cantidad	%
Siempre	263	81%
Casi siempre	48	15%
Nunca	12	4%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 12.- dentro de la dinámica de convivencia que se da dentro del negocio, existe una práctica continua de principios éticos y de valores



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – a esta interrogante que, si dentro de la dinámica de convivencia que se da dentro del negocio, existe una práctica continua de principios éticos y de valores, el 81% indica que sí se da, otro 15% manifiesta que casi siempre y un 4% expresa que nunca.

Considera usted que los acuerdos que se llegan entre los integrantes del negocio, se los redacta y se los aplica:

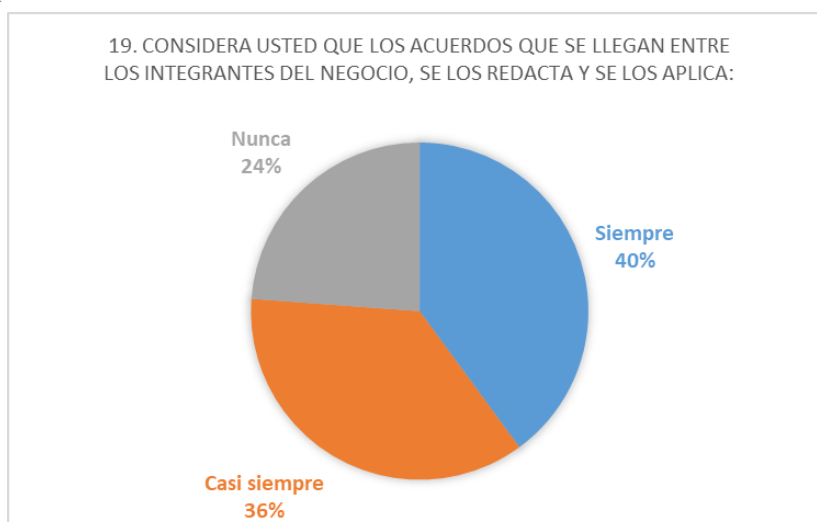
Tabla 11.- los acuerdos que se llegan entre los integrantes del negocio, se los redacta y se los aplica

Los acuerdos que se llegan entre los integrantes del negocio, se los redacta y se los aplica		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	129	40%
Casi siempre	117	36%
Nunca	77	24%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 13.- los acuerdos que se llegan entre los integrantes del negocio, se los redacta y se los aplica



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS. – los encuestados, al responder a la pregunta si los acuerdos que se llegan entre los integrantes del negocio, se los redacta y se los aplica, el 40% expresa que siempre se da, el 35% indica que casi siempre y el 24% manifiesta que nunca se da.

Considera usted, que se busca soluciones con todos los integrantes del negocio por los embates económicos, políticos y sociales de entorno:

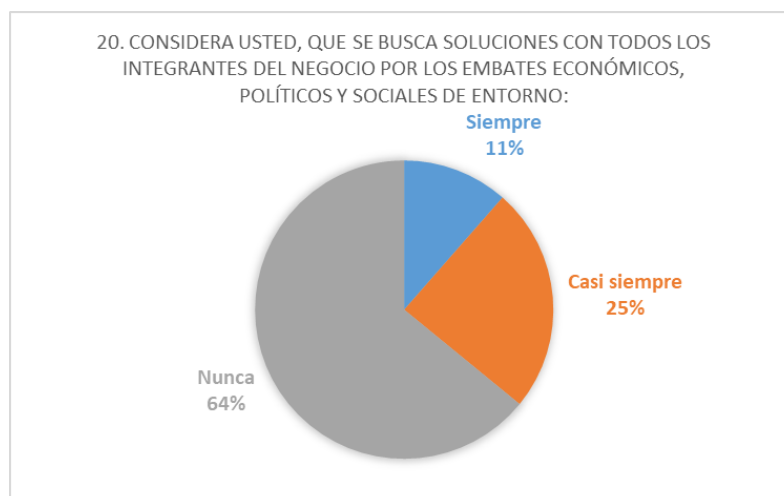
Tabla 12.- se busca soluciones con todos los integrantes del negocio por los embates económicos, políticos y sociales de entorno

Se busca soluciones con todos los integrantes del negocio por los embates económicos, políticos y sociales de entorno		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	37	11%
Casi siempre	79	24%
Nunca	207	64%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 14.- se busca soluciones con todos los integrantes del negocio por los embates económicos, políticos y sociales de entorno



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – con respecto en que, si se busca soluciones con todos los integrantes del negocio por los embates económicos, políticos y sociales de entorno, el 64% indican que nunca se busca soluciones con todos los integrantes del negocio, un 24% manifiesta que casi siempre se da, y un 11% expresa que siempre.

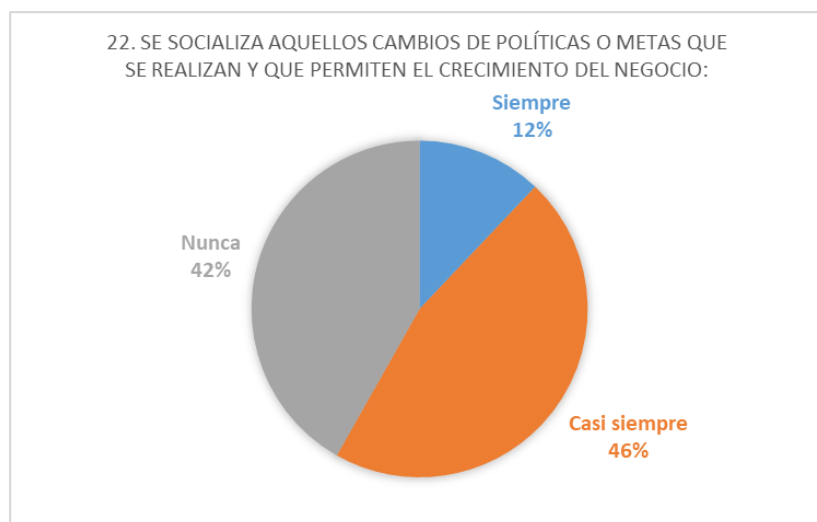
Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento del negocio:

Tabla 13.- Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento del negocio

Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento del negocio		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	39	12%
Casi siempre	149	46%
Nunca	135	42%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 15.- Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento del negocio



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – a la pregunta que, si se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento del negocio, el 12% dice que siempre se da esta socialización, el 46% indica que casi siempre y el 42% expresan que nunca.

Considera usted que existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes del negocio:

Tabla 14.- existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes del negocio

Existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes del negocio		
Descripción	Cantidad	%
Siempre	301	93%
Casi siempre	20	6%
Nunca	2	1%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 16.- existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes del negocio



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – el 93% de los encuestados manifestaron que siempre existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes del negocio; otro 6% indica que casi siempre se da esta responsabilidad y un 1% considera que nunca.

(Valores) Responsabilidad

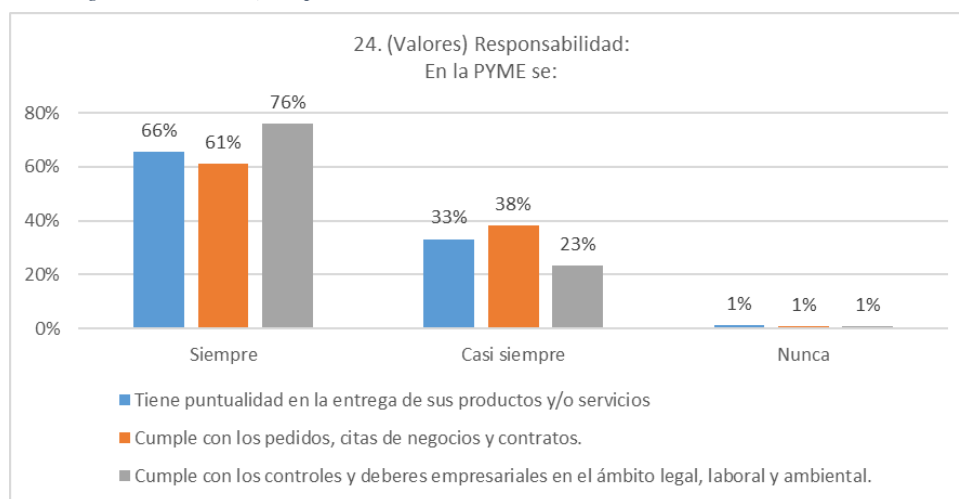
Tabla 15.- (Valores) Responsabilidad

(Valores) Responsabilidad

La PYME:	Siempre	%	Casi siempre	%	Nunca	%	Total	Total %
Tiene puntualidad en la entrega de sus productos y/o servicios	212	66%	107	33%	4	1%	323	100%
Cumple con los pedidos, citas de negocios y contratos.	197	61%	123	38%	3	1%	323	100%
Cumple con los controles y deberes empresariales en el ámbito legal, laboral y ambiental.	245	76%	75	23%	3	1%	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 17.- (Valores) Responsabilidad



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – Con respecto al valor de responsabilidad, los encuestados manifiestas que en un 66%, que siempre tienen puntualidad en la entrega de sus productos y/o servicios que oferta la PYME, un 33% manifiesta que casi siempre y un 1% expresa que nunca se da la puntualidad; con respecto al valor de la responsabilidad en que si Cumple con los pedidos, citas de negocios y contratos, el 61% indica que siempre se cumple, un 38% considera que casi siempre y un 1% manifiesta que nunca se cumple; con respecto al valor de responsabilidad que si Cumple con los controles y deberes empresariales en el

ámbito legal, laboral y ambiental; el 76% considera que siempre se cumple, el 23% indica que casi siempre y un 1% considera que nunca.

(Valores) Proactividad

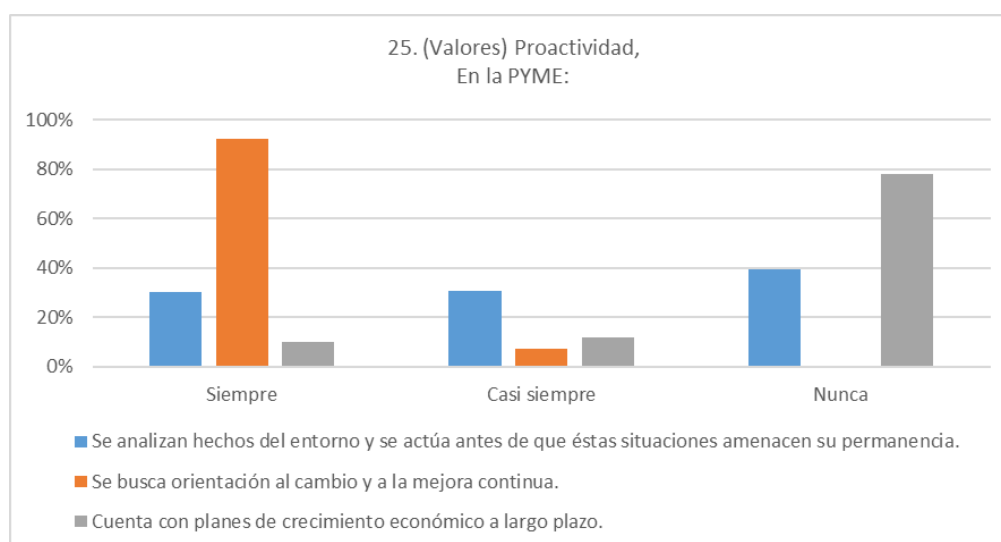
Tabla 16.- (Valores) Proactividad

(Valores) Proactividad

En la PYME:	Siempre	%	Casi siempre	%	Nunca	%	Total	Total %
Se analizan hechos del entorno y se actúa antes de que estas situaciones amenacen su permanencia.	97	30%	99	31%	127	39%	323	100%
Se busca orientación al cambio y a la mejora continua.	298	92%	23	7%	2	1%	323	100%
Cuenta con planes de crecimiento económico a largo plazo.	32	10%	39	12%	252	78%	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 18.- (Valores) Proactividad.



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – frente al valor de Proactividad, en lo que respecta al saber si se analizan hechos del entorno y se actúa antes de que éstas situaciones amenacen su permanencia; el 39% expresa que nunca se realiza este análisis, otro 31% indica que casi siempre y un 30% lo hace siempre.; asimismo, en los

que respecta al valor proactividad en que si Se busca orientación al cambio y a la mejora continua, el 92% de los encuestados manifiesta que siempre lo hacen, un 7% considera que lo hacen casi siempre y un 1% nunca lo hace; con respecto al valor de proactividad, en que si Cuenta con planes de crecimiento económico a largo plazo, el 78% manifiesta que nunca cuentan con estos planos, un 12% indica que casi siempre y, un 10% considera que siempre lo hace.

(Valores) Honestidad

Tabla 17.- (Valores) Honestidad

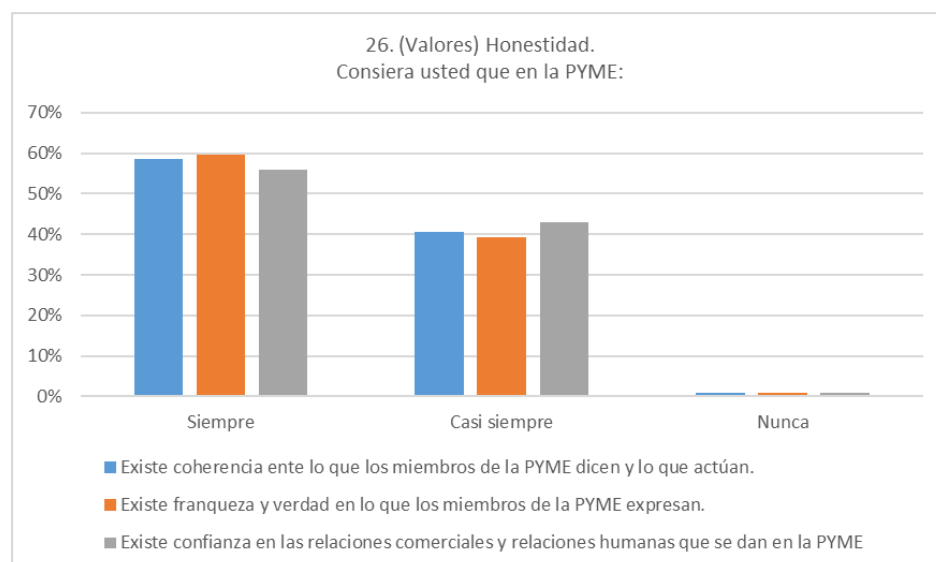
. (Valores) Honestidad

Considera usted que en la PYME:	Siempre	%	Casi siempre	%	Nunca	%	Total	Total
Existe coherencia ente lo que los miembros de la PYME dicen y lo que actúan.	189	58%	131	41%	3	1%	323	100%
Existe franqueza y verdad en lo que los miembros de la PYME expresan.	193	60%	127	39%	3	1%	323	100%
Existe confianza en las relaciones comerciales y relaciones humanas que se dan en la PYME	181	56%	139	43%	3	1%	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes

Elaborada por: La autora

Figure 19.- (Valores) Honestidad



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – al responder los encuestados a la temática sobre los valores de honestidad y con lo que respecta a la existencia de coherencia ente lo que los miembros de la PYME dicen y lo que actúan, el 58% respondieron que siempre, un 41% manifiestan que casi siempre y un 1% dijeron que nunca; frente al valor honestidad en que si existe franqueza y verdad en lo que los miembros de la PYME expresan, el 60% indican que siempre, el 39% consideran que casi siempre y un 1% consideran que nunca se manifiesta franqueza y verdad; ante el valor de honestidad, en que si Existe confianza en las relaciones comerciales y relaciones humanas que se dan en la PYME, el 56% indican que siempre, un 43% manifiestan que casi siempre y, un 1% consideran que nunca se da esta relación.

3.3. Presentación de resultados y discusión

La cultura organizacional de las pymes debe ser el centro de la estrategia de sus emprendedores, ya que de ello depende su buen funcionamiento y sobre todo su crecimiento y expansión.

De los resultados obtenidos, se aprecia que el 38% de las pymes cuentas con un plan de negocios, siendo un porcentaje alto por el número total del emprendimientos que iniciaron sus actividades con esta herramienta de reflexión que permitiría su permanencia y crecimiento ya que este documento se caracteriza por ser una herramienta que le permite a los emprendedores a reflexionar sobre el quehacer del negocio y de trabajo que se realiza en el mismo; y, que sirve como un punto de partida dentro del desarrollo de las PYMES (GestioPolis.com Experto, 2001), asegurando su viabilidad económica; otro dato interesante, está en que el 66% de las pymes manifiestan que cuentan con políticas de atención al cliente, las mismas, que de acuerdo a Ugalde (2015), les comunica a los clientes lo que pueden esperar de su empresa en términos de servicio, conllevándolos a la satisfacción, su lealtad y potenciales promotores de los servicios y productos que ofrece el negocio.

Los resultados evidencian que las funciones que deben desempeñar el personal que labora en la PYME no se encuentran en el manual de funciones y

están, tanto en los contratos de trabajo y de forma verbal, por lo que no existen una idea clara del negocio por parte de los emprendedores y de la necesidad de este documento que se constituye en un documento formal donde se encuentra compilado las diferentes descripciones de los puestos con los que cuenta el negocio y que son el resultado de un estudio minucioso de los mismo, lo cual conllevará a un correcta gestión de las personas (SMSEcuador, 2014).

Otro aspecto que muestran los resultados, las PYMES cuenta con un inventario formal de sus bienes y productos que ofertan; asimismo, realizan los registros contables correspondientes, cuenta con un documento formal que les permita llevar el control interno, lo cual permite que la pyme lleve una adecuada gestión documental y por ende un funcionamiento óptimo de la normativa vigente dentro del mundo de los negocios.

Es importante destacar que estos negocios siempre se manifiesta una buena comunicación efectiva, lo cual, de acuerdo a Rivera & Sánchez (2012), es importante dentro de la cultura organizacional y que es una ventaja competitiva y permite posicionar a la PYME; además, esta comunicación asertiva permite que se dé una práctica continua de los principios éticos y de valores que permite la convivencia pacífica, que es beneficiosa para el emprendimiento dentro de sus aspiraciones de crecimiento y permanencia.

Existe deficiencia en las capacitaciones y/o autcapacitaciones del personal de las pymes, y es necesaria las mismas para mejorar procesos ya que permite nuevas habilidades, nuevas conductas, nuevas actitudes y mejorar los conocimientos del personal del negocio.

La deficiencia existente en lo que respecta a los acuerdos que se llegan entre los integrantes de las pymes, es necesario que se involucre a todo el personal para buscar soluciones a los problemas que se generan dentro de la pyme; por lo que, se requiere cumplan con lo acuerdo que se llegan entre todos el personal y que se les socialice aquellos cambios que se dan en las políticas institucionales, rescatando existe una buena comunicación y, que continuamente se les recuerda al personal la misión y visión del negocio; pero, asimismo, podría dañarse esta comunicación asertiva y generar conflictos internos.

La característica predominante de las pymes de la ciudad de Babahoyo, es que existe un alto grado de responsabilidad de sus integrantes (93%) y esto

evidencia la cohesión de todo el personal dentro de una buena cultura organización.

Como lo dice literatura, que la cultura organizacional se constituye en un conjunto que entendimientos, de valores y de creencias que las organizaciones tienen en común y que cumple un rol preponderante para el éxito del negocio y entre los valores seleccionados está la responsabilidad, proactividad y la honestidad; y, estos negocios, cumplen con la entrega de sus productos y/o servicios; los pedidos, citas de negocios y/o contratos; asimismo, con los controles y deberes empresariales en el ámbito legal, laboral y ambiental, demostrándose el cumplimiento del valor de la responsabilidad.

Con respecto al valor de la proactividad, existe deficiencia en el análisis de los hechos del entorno y que les permita actuar antes de que situaciones adversas amenacen su permanencia; también estos negocios, pero, asimismo, tienen carencia en planes de crecimiento económico a largo plazo, por lo que es necesario que se fortalezca este valor para que la cultura organizacional se fortalezca.

Dentro de los aspectos del valor honestidad, el mismo que debe ser una fortaleza dentro de las pymes, se logró evidenciar que es débil y que a pesar que estar por encima del 50% los tres aspectos evaluados (coherencia, franqueza y confianza), los datos no son representativos para considerarlo una fortaleza.

Tomando en cuenta los valores que se analizaron, se evidencia que de los tres, las pymes tienen como fortaleza la responsabilidad, más la proactividad y la responsabilidad son punto débiles dentro de la cultura organizacional de los negocios, lo cual, debe fortalecerse.

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado la respectiva revisión de la literatura existe sobre el tema de investigación, asimismo, haber efectuado la respectiva investigación de campo, se ha llegado a la conclusión que las PYMES de la ciudad de Babahoyo:

- ✓ La pymes no cuentan con una definición de los límites políticamente correctos, porque carecen de documentos y estrategias de políticas internas, como el manual de funciones, el plan de negocios, el cumplimiento de acuerdos internos y la socialización de los cambios de políticas y metas, lo cual debilita la fortaleza de la cultura organizacional y a la vez su crecimiento económico.
- ✓ Los Administradores deben brindar mayor importancia a su personal ya que estos pueden aportar con alternativas de soluciones a los embates económicos, políticos y sociales de entorno, más no se está haciendo el uso adecuado de este recurso y dentro de la cultura organizacional y crecimiento económico, el factor humano es un bien muypreciado.
- ✓ Las pymes no cuentan con un plan de crecimiento económico, lo cual facilitaría la toma de decisiones y esto es un factor muy importante dentro de la cultura organizacional.
- ✓ Los Administradores brinda escasa o nula capacitación de sus integrantes, por lo que no estaría fortaleciendo la forma correcta de hacer las cosas dentro de la PYME y a la vez no se estaría fomentando la formación de líderes.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se concientice en los propietarios de la Pymes a definir los límites políticamente correctos de las PYMES, por ser parte esencial en una sana cultura organizacional, y elaboren el manual de funciones, el plan de negocios; así como también, valoren los acuerdos internos que se han llegado y la vez se socialicen los cambios de políticas y metas.

- ✓ Se concientice en los dueños o administradores de las PYMES de la ciudad de Babahoyo que brinden mayor importancia a su personal como factor que aportan alternativas de soluciones a los embates económicos, políticos y sociales de entorno.

- ✓ Se brinde Talleres Teóricos – Prácticos, que permita a los dueños de las PYMES conocer y elaborar su plan de negocio y plan de crecimiento económico al mediano y largo plazo que les servirá en la toma de decisiones.

- ✓ Se capacite a los integrantes de la PYMES de la ciudad de Babahoyo, mediante charlas, seminarios y/o talleres que permita mejorar el desempeño laboral y a la vez una cohesión de pertenencia.

LIMITACIONES

- ✓ El nivel de educación de algunas personas que labora en la Pymes dificultó las encuestas aplicadas ya que las preguntas realizadas para ellos eran poco entendibles.

Bibliografía

- Alba, Á. (14 de marzo de 2017). ¿Cómo lograr que las pequeñas empresas crezcan? Recuperado el 16 de noviembre de 2018, de Sintetia: <https://www.sintetia.com/como-lograr-que-las-pequenas-empresas-crezcan/>
- Áñez, C., y Petit, E. (2010). Capacidad Organizacional en la implementación de sistemas computarizados. *Revista Venezolana de Gerencia*, 604-618.
- Araya, L. (2009). El proceso de Internacionalización de Empresas. *TEC Empresarial*, 18-25.
- Blanchard, O., y Pérez, D. (2000). *Macroeconomía: Teoría y política económica con aplicaciones a América Latina*. México: Prentice Hall.
- Cardozo, E., Velasquez de Naime, y Rodríguez-Monroy, C. (2012). Revisión de la definición de PYME en América Latina. *Conference: Tenth LACCEI Latin American and Caribbean Conference (LACCEI'2012), At PANAMA CITY (PANAMA), Volume: 1* (págs. 1-10). Panamá: LACCEI'2012.
- Carranco Gudiño , R. (2017). LA APORTACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA. *I CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CIICAE-UIDE 2017* (págs. 146-157). Loja: UIDE. Recuperado el 7 de noviembre de 2018, de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carrillo, S. (2016). ¿Qué son las Pymes? Recuperado el 14 de diciembre de 2017, de Grupo Enroque: <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-%20pymes>
- Chávez, M. (2013). *La Influencia del Liderazgo en el Clima Organizacional, Análisis de la PYME Ecuatoriana*. Recuperado el 15 de diciembre de 2017, de Repositorio UASB: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3244/1/T1194-MDTH-Chavez-La%20influencia.pdf>
- Chiavenato , I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Chiriboga, E. (2009). *Control de inundaciones. Desarrollo urbano de la ciudad de Babahoyo - Ecuador*. Lima: Comunidad Endina.
- Cohen, W., y Levinthal, D. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly* , 128-153.
- Crespo Pino, W., y Mayorga , C. (2013). *ESTRATEGIA DE NEGOCIOS EN LAS PYMES QUE PERMITA UN DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN EL CANTÓN BABAHOYO*. Babahoyo: UNIANDES.

- Cruz, P., y Calderón, G. (2006). Cambio y generación de capacidades competitivas. *Revista EAN*, 27-44.
- Dunning, J. (1988). The Eclectic paradigm on international production: A restatement and some possible extensions. 1-31.
- Elizalde Mendoza, H. (2011). *Estrategias de crecimiento basada en el desarrollo de nuevos mercados para el PVC en México: Seguimiento Tintas*. México: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado el 15 de noviembre de 2018
- Enríquez, A. C. (2014). *senaintro.blackboard.com*. Obtenido de *senaintro.blackboard.com*:
https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621127_1_VI RTUAL/Contenidos/Documentos/Material%20Complementario/Mat.%20Apoyo%20Guia%204/PRON%C3%93STICO%20DE%20VENTAS.pdf
- Escandón, D., González-Campo, & Murillo, G. (2013). Factors determining the appearance of “born global” analysis of early internationalization for SMES in Colombia. *Pensamiento y Gestión*, 206-223.
- Etkin, J., y Schvarstein, L. (2000). *Identidad de las Organizaciones. Invariancia y cambio*. Quilmes: PAIDÓS.
- Fonfría, A. (2010). Innovación tecnológica e internacionalización: Un análisis causal. *Rirección y Administración*, 30-50.
- G., C. F. (2008). *enah.edu.ni/*. Obtenido de *enah.edu.ni*:
<http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/880.pdf>
- García, M. (2013). */fcaenlinea1.unam.mx*. Obtenido de */fcaenlinea1.unam.mx*:
http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1908/1908_u3_act1.pdf
- GestioPolis.com Experto. (12 de abril de 2001). ¿Qué es un plan de negocios? *GestioPolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>
- Gray, D. (2009). *Doing Research in the Real World*. London: SAGE Publications.
- Gutierrez-Rubi, A. (12 de enero de 2012). *La Organización Permeable*. Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de Antoni Gutierrez-Rubi: <https://www.gutierrez-rubi.es/2012/01/12/la-organizacion-permeable/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Johanson, J., y Wiedersheim, F. (1975). The internationalization of the firm: Four swedish cases. *Journal of Management Studies*, 305-322.
- La Hora. (07 de junio de 2013). Babahoyo, historia y mucho por conocer. *La Hora - Variedades*, págs. <https://lahora.com.ec/noticia/1101517726/babahoyo-historia-y-mucho-por-conocer>.

- M, D. o. (2007). *perio.unlp.edu.ar*. Obtenido de [perio.unlp.edu.ar: http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/cultura.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/cultura.pdf)
- Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S. Y., & Marín Aguilar, J. T. (2016). La Influencia de la cultura empresarial en el rendimiento de la Pyme de México. *Faedpyme International Review*, 5(9). Recuperado el 15 de diciembre de 2017, de <http://www.gaedpyme.upct.es/index.php/revista1/article/view/128/179>
- Martínez, R., Charterina, J., & Araujo, A. (2010). Modelos Causal de Competitividad Empresarial planeado desde VBR: Capacidades directivas, de Innovación, Marketing y Calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 165-188.
- Méndez, A. (septiembre de 2013). *ww.euroresidentes.com*. Recuperado el 2017, de [ww.euroresidentes.com: https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-empresarial](https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-empresarial)
- Molina Sánchez, R., López Salazar, A., & Contreras Soto, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 59-72. doi:doi: 10.15174/au.2014.701
- Ordóñez Cañón, J. C. (2017). *ANÁLISIS DE LA CULTURA EMPRESARIAL EN LAS PYMES COLOMBIANAS*. Recuperado el 13 de diciembre de 2017, de Repositorio Universidad Militar Nueva Granada: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/16719/1/OrdonezCanonJuanPablo2017.pdf>
- Ortiz Luzuriaga, M. T., & Vizueta León, S. (2017). Analisis de los microcréditos de las MIPYMES en el sector Sergio Toral 1, Guayaquil. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 63-86. Obtenido de <http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/articloe/view/87>
- Piedra Mayorga, V. M. (2015). La cultura organizacional: factor de desarrollo o fracaso en las PyMEs mexicanas. *Gestiopolis*. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/la-cultura-organizacional-factor-de-desarrollo-o-fracaso-en-las-pymes-mexicanas/>
- Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Revista EKOS. (31 de octubre de 2017). *Revista EKOS*. Recuperado el 14 de octubre de 2018, de Pymes en el Ecuador: No paran de evolucionar: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=9813>
- Rivera, C., & Sánchez, C. E. (2012). *Comunicación y Cultura Organizacional 1IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL*. Obtenido de Universidad De La Sabana : <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4632/130806.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava Edición ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 15 de noviembre de 2018
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. Pearson.
- RUIZ, J. A. (2015). *repository.unimilitar.edu.co*. Obtenido de repository.unimilitar.edu.co: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7316/1/JAIME%20ARMANDO%20CERON%20RUIZ.pdf>
- Salguero Cubides, J. (2006). Enfoques sobre algunas teorías referentes al desarrollo regional. *Conferencia Estatutaria para posesionarse como Miembro de Número de la Sociedad Geográfica de Colombia* (págs. 1-20). Bogotá: UNAM.
- SMSEcuador. (26 de septiembre de 2014). *La importancia del manual de funciones*. Obtenido de SMSEcuador: <https://smsecuador.ec/manual-de-funciones/>
- SRI. (s/f). *PYMES*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>
- Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos del marketing*. España. Obtenido de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Ugalde Resenterra, A. (2015). *La Política de Atención al Cliente*. Obtenido de Pymrang: <http://www.pymrang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/243-la-politica-de-atencion-al-cliente>
- Vives , A., & Abreu Pinillos, A. (16 de junio de 2015). *Cultura empresarial y cultura de responsabilidad social*. Recuperado el 18 de noviembre de 2018, de Diario Responsable. La RSE Global: <https://diarioresponsable.com/opinion/19734-cultura-empresarial-y-cultura-de-responsabilidad-social>
- Waite, K., & Harrison, T. (2002). Consumer expectastions of online information provided by bank wesites. *Journal of Financial Services Marketing*, 309-322.

ANEXOS

ANEXO 1.- OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE DIRECTA	VARIABLE INDIRECTA	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>GENERAL ¿En qué medida la cultura organizacional incide en el crecimiento económico de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo?</p> <p>ESPECÍFICOS ¿Cómo se caracteriza la cultura organizacional de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo? ¿Cuáles son los aspectos que inciden en el crecimiento económico de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo? ¿Una correcta cultura organizacional permitirá el crecimiento de las pymes y su perdurabilidad en el tiempo?</p>	<p>GENERAL Determinar si las culturas organizacionales de las PYMES del sector comercial de la ciudad de Babahoyo inciden en su crecimiento económico.</p> <p>ESPECÍFICOS Analizar las características de la cultura organizacional de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo. Establecer los aspectos que inciden en el crecimiento económico de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo. Evaluar si una correcta cultura organizacional permite el crecimiento de las pymes y su perdurabilidad en el tiempo.</p>	<p>GENERAL Una adecuada cultura organizacional en las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo permitirá el crecimiento económico de las mismas y su permanencia en el mercado.</p> <p>ESPECÍFICAS La característica de la cultura organizacional de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo está dada porque cuentan con normas, hábitos y valores pertinentes y continuos. La cultura organizacional es un aspecto preponderante que permite el crecimiento económico de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo. La evaluación de la cultura organizacional de las pymes del sector comercial de la ciudad de Babahoyo permite establecer</p>	Crecimiento económico.	Cultura Organizacional	<p>Procesos administrativos de las pymes</p> <p>Procesos de cultura organización</p> <p>Crecimiento económico</p> <p>Normativa de regulación de pymes</p>	<p>Recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme. Recursos económicos que permiten mantener la pyme. ¿Cuántos años tiene funcionando este negocio? Plan de negocios de la PYME Políticas de atención al cliente de la PYME Definición de las funciones que desempeña el empleado La pyme cuenta con inventario La PYME lleva registros contables La PYME cuenta con un manual de control interno: La PYME ha cumplido con obtener documentos y permisos para su funcionamiento. Comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME Personal separa los asuntos personales de los asuntos del negocio Se delega ciertas responsabilidades de forma oportuna Existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME Se vivencia la práctica de principios éticos y de valores en la PYME Los acuerdos que se llegan entre los integrantes de la PYME, se los redacta y se los aplica. Se busca soluciones con todos los integrantes de la PYME por los embates económicos, políticos y sociales de entorno. Se recuerda continuamente la visión y misión de la PYME. Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento de la PYME. Existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes de la PYME. Tiene puntualidad en la entrega de sus productos y/o servicios Cumple con los pedidos, citas de negocios y contratos. Cumple con los controles y deberes empresariales en el ámbito legal, laboral y ambiental. Se analizan hechos del entorno y se actúa antes de que éstas situaciones amenacen su permanencia. Se busca orientación al cambio y a la mejora continua. Cuenta con planes de crecimiento económico a largo plazo. Existe coherencia ente lo que los miembros de la PYME dicen y lo que actúan. Existe franqueza y verdad en lo que los miembros de la PYME expresan.</p>

		que la misma se está implementado correctamente.				Existe confianza en las relaciones comerciales y relaciones humanas que se dan en la PYME
--	--	--	--	--	--	---

ANEXO 2: Cuestionario aplicado

CUESTIONARIO ELABORADO

MARQUE CON UNA X, SEGÚN CONSIDERE PERTINENTE:

1. De acuerdo a la siguiente tabla Clasificación de compañías en Ecuador, de acuerdo a la Superintendencia de Compañías, marque el tipo de compañía [negocio], en el que se encuentra:

Variable	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Empresa grande
Personal Ocupado	1 – 9	oct-49	50 - 199	> 200
Valor Bruto de las ventas anuales	< U S \$ 100.000	US \$100.001 - US \$1,000.000	US \$1,000.001 - US \$5,000,000	> US \$5,000.000
Montos activos	Hasta US \$ 100.000	US \$100,001 hasta US \$750.000	US \$,000 hasta US \$3,999.999	> US \$4,000.000

Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros, Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005, de fecha 5 de noviembre del 2010

Elaborado por: Ing. Francisca Elvira Baldeón Bazán.

Microempresa

Pequeña empresa

Mediana empresa

Empresa Grande

2. La pyme es de índole:

Familiar

Individual

Con socios

3. Los recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme, son:

Fondos Propios

Préstamo bancario y/o de cooperativas

Préstamo a personas con altas tasas de intereses

Desconoce

4. Los recursos económicos que permiten mantener la pyme, están dados por:

Los recursos económicos que genera la pyme

Préstamos continuos a bancos y/o cooperativas

Préstamos continuos a personas con altas tasas de intereses

Desconoce

5. El cargo o puesto que desempeña dentro de su negocio (Pymes) es:

Propietario

Gerente

Gerente – Propietario

Empleado (funciones varias)

Otro: especifique en las líneas más abajo

6. ¿Cuántos años tiene funcionando este negocio?

Menos de 1 año

1 – 2 años

- 3 – 5 años
- 6 – 8 años
- 9 – 12 años
- 13 años en adelante

NORMAS

7. ¿Cómo se beneficiaría la PYME con la implementación de un plan de negocios?

8. ¿Cuáles serían los beneficios de implementar políticas de atención al cliente en la pyme?

9. Las funciones que usted desempeña, está definidas en:

El contrato de trabajo

Manual de funciones

Disposiciones verbales

10. El inventario de todos los bienes de muebles e inmuebles, así como de los productos que ofrecen en la PYME, se encuentra en:

Un documento llamado Inventario

En facturas que posee la PYME

No posee inventario

No sabe

11. La PYME lleva registros contables:

SIEMPRE

NUNCA

TAL VEZ

12. ¿Qué beneficios conlleva el efectuar control interno en la pyme?

HÁBITOS

13. Considera usted que existe una buena comunicación efectiva entre todos los integrantes de la PYME

Siempre

Casi siempre

Nunca

14. Considera usted, que las personas que integran este negocio, separan los asuntos personales de los asuntos del negocio

Siempre

Casi siempre

Nunca

15. Considera usted que existe capacitación y/o auto capacitación continua para mejorar los procesos que se dan en la PYME:

Siempre

Casi siempre

Nunca

16. Considera usted que, dentro de la dinámica de convivencia que se da dentro del negocio, existe una práctica continua de principios éticos y de valores:

Siempre

Casi siempre

Nunca

17. Considera usted que los acuerdos que se llegan entre los integrantes del negocio, se los redacta y se los aplica:

Siempre

Casi siempre

Nunca

18. Considera usted, que se busca soluciones con todos los integrantes del negocio por los embates económicos, políticos y sociales de entorno:

Siempre

Casi siempre

Nunca

19. Se socializa aquellos cambios de políticas o metas que se realizan y que permiten el crecimiento del negocio:

Siempre

Casi siempre

Nunca

20. Considera usted que existe un alto grado de responsabilidad por parte de los integrantes del negocio:

Siempre

Casi siempre

Nunca

VALORES

21. Responsabilidad

La PYME:	Siempre	Casi siempre	Nunca
Tiene puntualidad en la entrega de sus productos y/o servicios			
Cumple con los pedidos, citas de negocios y contratos.			
Cumple con los controles y deberes empresariales en el ámbito legal, laboral y ambiental.			

22. Proactividad

En la PYME:	Siempre	Casi siempre	Nunca
Se analizan hechos del entorno y se actúa antes de que éstas situaciones amenacen su permanencia.			
Se busca orientación al cambio y a la mejora continua.			
Cuenta con planes de crecimiento económico a largo plazo.			

23. Honestidad

Considera usted que en la PYME:	Siempre	Casi siempre	Nunca
Existe coherencia ente lo que los miembros de la PYME dicen y lo que actúan.			
Existe franqueza y verdad en lo que los miembros de la PYME expresan.			
Existe confianza en las relaciones comerciales y relaciones humanas que se dan en la PYME			

ANEXO 3. RESULTADOS DE ENCUESTA (preguntas 1 a 6)

1. De acuerdo a la siguiente tabla Clasificación de compañías en Ecuador, de acuerdo a la Superintendencia de Compañías, marque el tipo de compañía [negocio], en el que se encuentra:

Tabla 18.- Tipo de compañía [negocio]

Tipo de compañía [negocio], en el que se encuentra

Descripción	Cantidad	%
Microempresa	297	92%
Pequeña empresa	23	7%
Mediana empresa	3	1%
Empresa Grande	0	0%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 20.- Tipo de compañía [negocio]



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS: el 92% de los encuestados manifiestan que el negocio se enmarca en la microempresa y contarían de 1 a 9 empleados; un 7%, enmarcan al negocio a la Pequeña Empresa y contarían de 10 a 49 empleados; un 1% expresa que el negocio es una Mediana Empresa y cuenta con una cantidad de personal que va desde los 50 a los 199 empleados; no existe grandes empresas en la muestra objeto de estudio.

2. Este negocio es de índole:

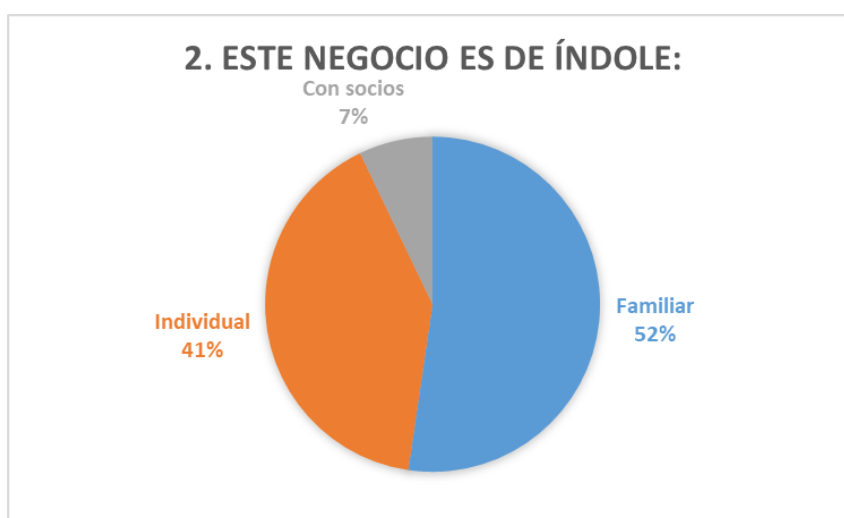
Tabla 19.- Naturaleza del negocio

Naturaleza del negocio

Descripción	Cantidad	%
Familiar	169	52%
Individual	131	41%
Con socios	23	7%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 21.- Naturaleza del negocio



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. - los encuestados, en un 52%, expresan que la naturaleza del negocio es de índole familiar; otro 41% indican que es de índole Individual y un solo un 7% manifiestan que el negocio es con socios.

3. Los recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme, son:

Tabla 20.- Recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme

Recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme		
Descripción	Cantidad	%
Fondos Propios	128	40%
Préstamo bancario y/o de cooperativas	87	27%
Préstamo a personas con altas tasas de intereses	29	9%
Desconoce	79	24%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 22.- Recursos económicos que permitieron dar vida a la Pyme



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. –en contestación a esta pregunta, el 40% de los encuestados, manifiestan que usaron recursos propios para iniciar su negocio; un 27% recurrieron a préstamos de la banca o cooperativas; un 9% recurrió a préstamos a personas con altas tasas de intereses y un 24% de los encuestados expresó que desconoce el origen de los recursos financieros que permitieron dar vida al negocio.

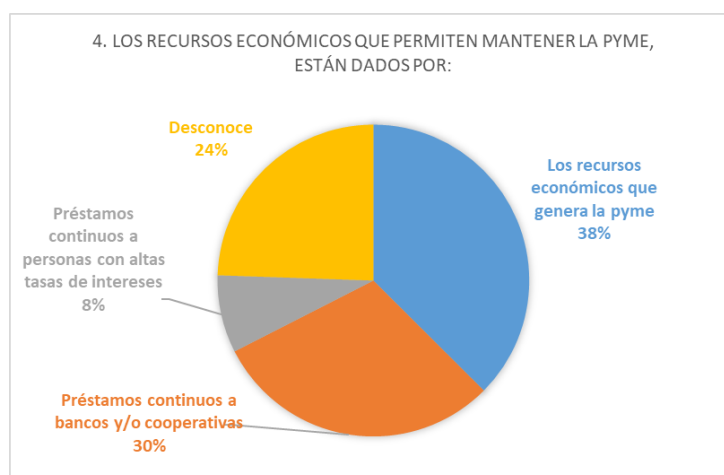
4. Los recursos económicos que permiten mantener la pyme, están dados por:

Tabla 21.- Recursos económicos que permiten mantener la pyme

Recursos económicos que permiten mantener la pyme		
Descripción	Cantidad	%
Los recursos económicos que genera la pyme	121	37%
Préstamos continuos a bancos y/o cooperativas	97	30%
Préstamos continuos a personas con altas tasas de intereses	26	8%
Desconoce	79	24%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 23.- Recursos económicos que permiten mantener la pyme



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – a la pregunta, “Los recursos económicos que permiten mantener la pyme, están dados por”, el 37% de los encuestado indican que el negocio se mantiene con los recursos económicos que genera la propia pyme; otro 30% manifiesta que por medio de préstamos continuos a bancos y/o cooperativas; un 8% mantienen el negocio mediante los préstamos continuos a personas con altas tasas de intereses y un 24% desconoce con qué recursos se mantiene el negocio

5. El cargo o puesto que desempeña dentro de su negocio (Pymes) es:

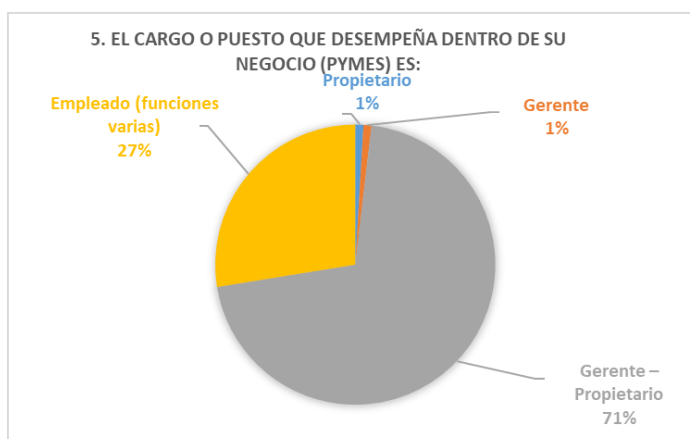
Tabla 22.- cargo o puesto que desempeña dentro de su negocio (Pymes)

Cargo o puesto que desempeña dentro de su negocio (Pymes)

Descripción	Cantidad	%
Propietario	3	1%
Gerente	3	1%
Gerente – Propietario	228	71%
Empleado (funciones varias)	89	28%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 24.- cargo o puesto que desempeña dentro de su negocio (Pymes)



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – entre los cargos y puestos que desempeñan los encuestados, el 71% es Gerente – Propietario; un 27% desempeña funciones varias como empleado del negocio; el 1% es propietario y el 1% es gerente.

6. ¿Cuántos años tiene funcionando este negocio?

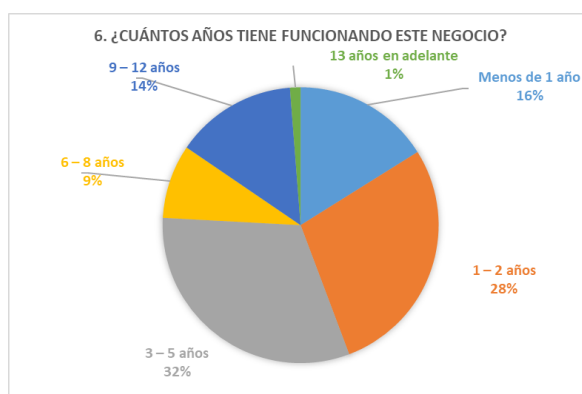
Tabla 23.- Años que tiene funcionando este negocio

Años que tiene funcionando este negocio

Descripción	Cantidad	%
Menos de 1 año	52	16%
1 – 2 años	91	28%
3 – 5 años	102	32%
6 – 8 años	28	9%
9 – 12 años	46	14%
13 años en adelante	4	1%
Total	323	100%

Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

Figure 25.- años que tiene funcionando el negocio



Fuente: encuesta aplicadas a personal que labora en la Pymes
Elaborada por: La autora

ANÁLISIS. – de las pymes seleccionadas, se evidencia que tienen pocos años de incursión en el mercado y las que van de Menos a 2 años es del 44%; el 32% tiene de 3 – 5 años; las que tienen de 6 – 8 años, representan el 9%; las que cuentan de 9 a 12 años, corresponden al 14% y solo con 1%, están los negocios que cuentan de 9 – 12 años.