



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO  
EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN  
LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020.**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingenieros  
Comerciales

**AUTORES:**

Cela Jacho Byron Adrian

Chucad Zúñiga Janneth Valeria

**TUTOR:**


Ing. M. Sc. Villegas Barros Neuval José

**LA MANÁ-ECUADOR  
MARZO-2021**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Cela Jacho Byron Adrián y Chucad Zuñiga Janneth Valeria declaramos ser los autores del proyecto de investigación: **“CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020”**, siendo el Ing. M. Sc. Villegas Barros Neuval José Director del trabajo investigativo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, declaramos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



Cela Jacho Byron Adrián

C. I.: 050405331-5



Chucad Zuñiga Janneth Valeria

C. I.: 050330441-2

## **AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el título: **CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020**”, de Cela Jacho Byron Adrián y Chucad Zuñiga Janneth Valeria de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, marzo del 2021

El Director:



Ing. M. Sc. Villegas Barros Neuval José

C. I. 1202437669

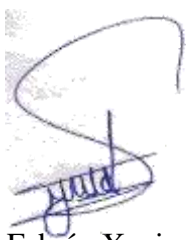
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto los postulantes: Cela Jacho Byron Adrián y Chucad Zuñiga Janneth Valeria **con el título del proyecto de investigación “CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, marzo del 2021

Para constancia firman:



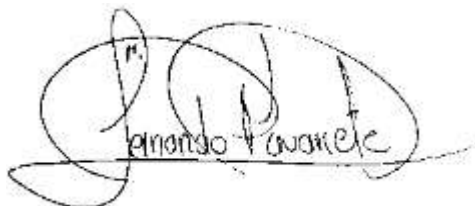
Ing. M. Sc. Fabián Xavier Martínez Ortiz

C. C. 160050885-5  
Lector 1 (Presidente)



Ing. M. Sc. Mayra Elizeth Valencia Neto

C. C. 050312446-3  
Lector 2 (Miembro)



Ing. M. Sc. Mario Fernando Navarrete Fonseca

C. C. 180435489-0  
Lector 3 (Secretario)

## **AGRADECIMIENTO**

*Hago constar mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a los docentes que compartieron sus conocimientos en el transcurso de la etapa académica, especialmente al Director de Proyecto.*

***Byron y Janneth***

## ***DEDICATORIA***

*Este trabajo investigativo es dedicado a mis queridos padres y hermanos, por la motivación y apoyo moral recibidos para lograr este éxito académico.*

***Byron y Janneth***

## AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al idioma Inglés presentado por los estudiantes Egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas, Cela Jacho Byron Adrian y Chucad Zuñiga Janneth Valeria, cuyo título versa “CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020”, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo las peticiones hacer uso del presente certificado de la manera ética que considere conveniente.

La Maná, Marzo del 2021

Atentamente,



M.Sc. Ramón Amores Sebastián Fernando  
C.I: 050301668-5  
**DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TÍTULO:** “CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020”.

**Autores:**

Cela Jacho Byron Adrián

Chucad Zuñiga Janneth Valeria

### RESUMEN

El estudio de la cultura organizacional y su efecto en los resultados empresariales fue desarrollado en las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná con la finalidad de identificar los elementos de la cultura organizacional de 150 microempresas comerciales, que direccionen esos esfuerzos para mejorar los resultados en la gestión administrativa y en el ámbito económico y financiero de este importante sector de la economía lamanense. Para la obtención de los datos necesarios en la investigación se utilizó el método deductivo que facilitó la identificación de los elementos intangibles de la cultura organizacional en las micro empresas en estudio y que, con el uso del método analítico, mediante su aplicación práctica se logró clasificar, tabular, registrar, comparar y analizar la información obtenida en las encuestas aplicadas a un total de 378 empleados y 378 clientes de las micro empresas de la muestra en estudio. La información obtenida permite establecer que el 30 % de los empleados afirman estar muy de acuerdo en la aplicación de los elementos intangibles, el 52,5 % de los casos manifiestan estar de acuerdo. En referencia a la calidad del servicio brindado por los miembros de las microempresas, el 26,4 % de los consultados sostienen estar muy de acuerdo, el 37,6 % indican estar de acuerdo con la calidad del servicio. De igual forma en relación a la satisfacción de los clientes, afirman estar muy de acuerdo el 29,5 % de los casos, el 30,8 % de los clientes mencionan estar de acuerdo. Al inicio de las actividades comerciales los propietarios contrataron 213 empleados y actualmente existen 466 empleados, que representa un crecimiento de 120 por ciento. El estudio contable y financiero se deduce que el promedio de los activos asciende a 70.083,3 dólares, frente a los pasivos que reflejan un valor de 26.366,7 dólares. El volumen total de ventas anuales en promedio asciende a 106.583,3 dólares, mientras que los costos de las ventas representan 51.216,7 dólares, deduciéndose una utilidad operacional de 55.366,7 dólares. Se estima que el sector en análisis, presenta un índice de liquidez de 2,66; manteniendo un índice de endeudamiento del 38 %, con un margen de utilidad operacional del 52 % y una rentabilidad frente al patrimonio de 127 %; lo que permite concluir que los elementos intangibles de la cultura organizacional al interior de las microempresas comerciales, inciden positivamente en ámbito comercial.

**Palabras clave:** Cultura organizacional, elementos intangibles, resultados empresariales, gestión administrativa, método deductivo, método inductivo, índice de liquidez, índice de rentabilidad, patrimonio.



**COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES.**

**TITLE:** “CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020”.

**Authors:**

Cela Jacho Byron Adrián

Chucad Zuñiga Janneth Valeria

**ABSTRACT**

The study of organizational culture and its effect on business results was developed in the microenterprises of the commercial sector of the canton of La Maná in order to identify the elements of the organizational culture of 150 commercial microenterprises, which direct these efforts to improve the results in the administrative management and in the economic and financial area of this important sector of the economy of La Maná. In order to obtain the necessary data in the research, the deductive method was used, which facilitated the identification of the intangible elements of the organizational culture in the micro enterprises under study and, with the use of the analytical method, through its practical application, it was possible to classify, tabulate, record, compare and analyze the information obtained in the surveys applied to a total of 378 employees and 378 clients of the micro enterprises in the sample under study. The information obtained shows that 30% of the employees state that they strongly agree with the application of intangible elements, 52.5% of the cases state that they agree with this aspect. In reference to the quality of the service provided by the members of the microenterprises, 26.4 % of those consulted stated that they strongly agreed, 37.6 % indicated that they agreed with the quality of the service. Similarly, in relation to customer satisfaction, 29.5 % of the cases state that they strongly agree, 30.8 % of the customers say that they agree with this. At the beginning of the business activities the owners hired 213 employees and currently there are 466 employees, which represents a growth of 120 percent. The accounting and financial study shows that the average assets amount to \$70,083.3, while liabilities reflect a value of \$26,366.7. The total annual sales volume averages \$106,583.3, while the cost of sales represents \$51,216.7, resulting in an operating profit of \$55,366.7. It is estimated that the sector under analysis presents a liquidity index of 2.66; maintaining a debt index of 38%, with an operating profit margin of 52% and a return on equity of 127%, which leads to the conclusion that the intangible elements of the organizational culture within the commercial microenterprises have a positive impact on the commercial environment.

**Keywords:** Organizational culture, intangible elements, business results, administrative management, deductive method, inductive method, liquidity index, profitability index, equity.

## ÍNDICE GENERAL

	Título	Pág.
	PORTADA.....	i
	DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
	AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
	APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
	AGRADECIMIENTO.....	v
	DEDICATORIA.....	vi
	CERTIFICACIÓN DEL CENTRO DE IDIOMAS.....	vii
	RESUMEN.....	viii
	ABSTRACT.....	ix
	ÍNDICE GENERAL.....	x
	ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
	ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
	ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
	ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
	INTRODUCCIÓN.....	xvii
1.	INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	3
3.	JUSTIFICACIÓN.....	3
4.	BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	5
5.	EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
5.1.	Contexto macro.....	5
5.2.	Contexto meso.....	6
5.3.	Contexto micro.....	7
6	OBJETIVOS.....	7
6.1.	Objetivo general.....	7
6.2.	Objetivos específicos.....	8
7.	MATRIZ DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA.....	8
8.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	9
8.1.	Antecedentes investigativos.....	9
8.2.	Categorías fundamentales.....	12
8.3.	Marco teórico de la investigación.....	12
8.3.1.	La cultura organizacional.....	12
8.3.1.1	¿Qué es la cultura organizacional?.....	12
8.3.1.2	Importancia de la cultura organizacional.....	13
8.3.1.3	Los elementos intangibles de la cultura organizacional.....	15
8.3.2.	Los resultados empresariales.....	18
8.3.2.1	¿A qué se denominan resultados empresariales?.....	18
8.3.2.2	Los elementos tangibles de la cultura organizacional.....	19
	Los recursos humanos.....	19

	Proveedores.....	20
	Clientes.....	21
8.3.2.3	Los resultados subjetivos empresariales.....	22
	Definición de resultados subjetivos.....	22
	Costo de los productos.....	22
	Calidad de los productos.....	22
	Satisfacción de los clientes.....	23
	Satisfacción de los empleados .....	24
8.3.2.4	Los resultados objetivos empresariales .....	24
	Definición de los resultados objetivos.....	24
	Rentabilidad.....	24
	Utilidad .....	25
9.	<b>PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS .....</b>	<b>26</b>
10.	<b>METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....</b>	<b>26</b>
10.1.	Tipo de investigación.....	26
10.2.	Método de investigación .....	27
10.3.	Técnicas de recolección de datos .....	28
10.4.	Instrumentos utilizados.....	28
10.5.1.	Población.....	28
10.5.2.	Muestra.....	29
11.	<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>32</b>
11.1.	Los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional en las microempresas comerciales del cantón La Maná.....	32
11.2.	La calidad del servicio y la satisfacción en los clientes como resultado en las micro empresas comerciales del cantón La Maná.....	42
11.3.	Impacto de la cultura organizacional en los resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial de cantón La Maná.....	57
11.3.1.	Aspectos administrativos.....	57
11.3.2.	Aspectos contables y económicos.....	61
11.3.3.	Medición de desarrollo micro empresarial del sector comercial del cantón La Maná.....	65
11.3.3.1	Índice de liquidez.....	65
11.3.3.2	Índice de endeudamiento.....	65
11.3.3.3	Margen de utilidad bruta.....	66
11.3.3.4.	Rendimiento frente al patrimonio.....	67
12	<b>IMPACTOS SOCIALES ADMINISTRATIVOS Y ECONÓMICOS .....</b>	<b>68</b>
12.1.	Impacto social.....	68
12.2.	Impacto administrativo.....	68
12.3.	Impacto económico.....	68
13	<b>PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN...</b>	<b>69</b>
14	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>70</b>
14.1.	Conclusiones.....	70
14.2.	Recomendaciones.....	72
15	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>73</b>
16	<b>Anexos.....</b>	<b>75</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	6
Cuadro 2. Número de micro empresas comerciales del cantón La Maná. ....	28
Cuadro 3. Distribución de la muestra por estratos. ....	30
Cuadro 4. Liderazgo ejercido por los directivos de las microempresas. ....	31
Cuadro 5. Nivel de motivación de los directivos de las microempresas. ....	32
Cuadro 6. Estimulación laboral de los directivos de las microempresas.....	33
Cuadro 7. Atención personal e individual ejercido por los directos de las microempresas. ....	34
Cuadro 8. Sistema de recompensa por parte de los directivos de las microempresas. ....	35
Cuadro 9. Niveles de información ejercidos por los directivos de las microempresas. ....	36
Cuadro 10. Equipos de trabajos promovidos por los directivos de las microempresas.....	37
Cuadro 11. Habilidades organizativas promovidas por los directivos de microempresas. ....	38
Cuadro 12. Compromiso de la alta dirección de las microempresas comerciales.....	39
Cuadro 13. Nivel de relación empleados y directivos de las microempresas comerciales.....	40
Cuadro 14. Percepción del servicio de facturación, cobro y entrega de los productos. ....	41
Cuadro 15. Percepción del orden, la disciplina y la higiene en las microempresas ....	42
Cuadro 16. Percepción de la organización y el ambiente laboral en las microempresas. ....	43
Cuadro 17. Percepción de la temperatura y el confort empresarial en las microempresas. ....	44
Cuadro 18. Percepción de la atención y ayuda esperada en las microempresas. ....	45
Cuadro 19. Percepción del servicio de devolución de compras en las microempresas.....	46
Cuadro 20. El stock de productos y la satisfacción en los clientes de las microempresas.....	47
Cuadro 21. Percepción de los servicios de seguridad en las microempresas comerciales. ....	48
Cuadro 22. Percepción del nivel de preparación del personal en las microempresas. ....	49
Cuadro 23. Percepción de los precios de los productos en las microempresas. ....	50
Cuadro 24. Percepción de la empatía en los directivos y personal de las microempresas. ....	51
Cuadro 25. Percepción de la confianza y seguridad de los clientes de las microempresas.....	52
Cuadro 26. Percepción en la responsabilidad de los colaboradores de las microempresas.....	53
Cuadro 27. Percepción de los dispositivos de seguridad y control en las microempresas. ....	54
Cuadro 28. Percepción de la utilidad de los elementos tangibles de las microempresas. ....	55
Cuadro 29. Tiempo de funcionamiento de la microempresa.....	56
Cuadro 30. Cantidad de empleados al inicio de las actividades.....	57
Cuadro 31. Cantidad de empleados que mantiene actualmente en las microempresas.....	58
Cuadro 32. Infraestructura de funcionamiento de la micro empresa.....	59

Cuadro 33. Promedio de activos de las microempresas comerciales. ....	60
Cuadro 34. Promedio de pasivos de las microempresas comerciales.....	61
Cuadro 35. Promedio del patrimonio de las microempresas comerciales.....	61
Cuadro 36. Promedio de las ventas de las microempresas comerciales.....	62
Cuadro 37. Promedio de costo de ventas de las microempresas comerciales. ....	62
Cuadro 38. Promedio de las utilidades de las microempresas comerciales.....	63
Cuadro 39. Presupuesto para la ejecución de la investigación.....	67

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Liderazgo.....	31
Gráfico 2. Categoría motivación .....	32
Gráfico 3. Estimulación laboral.....	33
Gráfico 4. Atención personal e individual.....	34
Gráfico 5. Sistema de recompensa .....	35
Gráfico 6. Nivel de información.....	36
Gráfico 7. Trabajo en equipo.....	37
Gráfico 8. Habilidades organizativas.....	38
Gráfico 9. Compromiso de la dirección .....	39
Gráfico 10. Empowerment .....	40
Gráfico 11. Facturación, cobro y entrega de producto .....	41
Gráfico 12. Orden, disciplina e higiene en la empresa.....	42
Gráfico 13. Ambiente laboral .....	43
Gráfico 14. Temperatura y confort empresarial .....	44
Gráfico 15. Atención y ayuda esperada por la empresa .....	45
Gráfico 16. Devolución de compra.....	46
Gráfico 17. Necesidades de los clientes .....	47
Gráfico 18. Personal de seguridad y dispositivos de control.....	48
Gráfico 19. Nivel de preparación del personal de las microempresas.....	49
Gráfico 20. Precios de los productos .....	50
Gráfico 21. Empatía.....	51
Gráfico 22. Fiabilidad.....	52
Gráfico 23. Responsabilidad en la ejecución de las actividades .....	53
Gráfico 24. Seguridad y confianza .....	54
Gráfico 25. Utilidad de los elementos tangibles.....	55
Gráfico 26. Tiempo de funcionamiento de la microempresa .....	57
Gráfico 27. Cantidad de empleados al inicio de las actividades comerciales .....	58
Gráfico 28. Cantidad de empleados actuales en las microempresas .....	59
Gráfico 29. Infraestructura de funcionamiento de las microempresas .....	60

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Categorías Fundamentales. ....	10
--	----

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Currículum del Docente Tutor de la Investigación.....	75
Anexo 2. Currículum del investigador 1. ....	76
Anexo 3. Currículum del investigador 2. ....	77
Anexo 4. Instrumento para aplicar encuestas a los empleados o trabajadores de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.....	78
Anexo 5. Instrumento para aplicar encuestas a los clientes de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná. ....	80
Anexo 6. Instrumento para aplicar encuestas a los directivos de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná. ....	82

## INTRODUCCIÓN

El cantón la Maná es el segundo de entre los cantones más importante de la provincia de Cotopaxi con una población aproximadamente a los 57 mil habitantes, que mantiene el 51,9 % de la PEA (INEC, 2010), de los cuales 12,5 % corresponden a actividades comerciales, con un total de 3830 establecimientos ubicados en esta importante región cotopaxense. (SRI,2019)

El sector comercial que desarrolla sus actividades en muchos de los casos de forma empírica, presenta varias debilidades en los procesos de gestión, lo que incide significativamente en los resultados empresariales, ya sea en el orden de la gestión, como en los ámbitos contables y financieros. Razones importantes que permitieron que en este sector se ejecute un proceso de investigación con la finalidad de identificar en qué medida los elementos de la cultura organizacional inciden en los resultados que se obtienen en las micro empresas.

Los resultados alcanzados en la investigación, muestran datos estadísticos sobre los criterios de los empleados en torno a la forma de gestionar los elementos de la cultura organización por parte de los directivos de las microempresas y la forma de incidir en sus labores ejecutadas frente a los clientes. De igual forma se presenta información cuantitativa-cualitativa sobre la calidad del servicio brindado en las microempresas y la satisfacción que perciben los clientes al ser atendidos en estos negocios, aspectos que indican directamente en el volumen de ventas.

Además, en el presente informe se presenta información detallada relacionada sobre aspectos contables como los promedios de los activos, los pasivos y el patrimonio de las 150 microempresas en estudio, así como también los valores promedio de las ventas, los costos de ventas y las utilidades registradas en el periodo en estudio. Esta información sirvió de base para efectuar un análisis financiero a las micro empresas investigadas, que registran un índice de liquidez excelente, una rentabilidad sobre el patrimonio muy aceptable, con una capacidad de adquirir obligaciones con terceros sin inconvenientes. Estos resultados permiten afirmar que los elementos de la cultura organizacional en las microempresas comerciales están siendo bien direccionados, aunque es necesario aplicar procesos de control para fortalecer estos aspectos que sin lugar a dudas son muy importantes y significativos en los procesos de gestión y en la adecuada toma de decisiones.



## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### **Título del proyecto:**

Cultura organizacional y su efecto en el resultado empresarial en las microempresas comerciales del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. Año 2020.

### **Propósito de la investigación:**

El propósito de la presente investigación es identificar la relación existente entre la cultura organización de las micro empresas comerciales del cantón La Maná con los resultados alcanzados por estas organizaciones en un periodo de tiempo determinado. Los hallazgos obtenidos en el proceso de investigación, permitirá conocer la importancia de la cultura de cada organización y la forma de influir en sus resultados, lo que conllevaría desarrollar una propuesta alternativa de cambio o mejoramiento de los procesos organizacionales para alcanzar mejores resultados y beneficios en este importante sector de la economía lamanense.

<b>Fecha de inicio:</b>	Septiembre del 2019
<b>Fecha de finalización:</b>	Febrero del 2021
<b>Lugar de ejecución:</b>	Sector micro empresarial del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi
<b>Unidad Académica que auspicia:</b>	Facultad de Ciencias Administrativas
<b>Carrera que auspicia:</b>	Carrera de Administración de Empresas
<b>Equipo de trabajo:</b>	Tutor del Proyecto: Ing. M. Sc. Villegas Barros Neuval José (currículo anexo 1) Cela Jacho Byron Adrián (currículo anexo 2) Chucad Zuñiga Janneth Valeria (currículo anexo 3)
<b>Área de Conocimiento:</b>	04 Administración, Negocios y Legislación. 041 Negocios y Administración 0413 Gestión y administración y 0417 Habilidades Laborales
<b>Línea de investigación:</b>	08 Administración y economía para el desarrollo humano y social.
<b>Sub-línea de la carrera:</b>	Comercio y Administración de Empresas.

**Proyecto de investigación vinculado:** Macro proyecto de la Carrera de Ingeniería Comercial “Diseño de una propuesta estratégica para mejorar la percepción final del consumidor a través de la motivación del personal en las empresas comerciales del cantón La Maná”.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

Mediante el proceso de investigación en el presente proyecto, se pretende identificar en las micro empresas comerciales del cantón La Maná el conjunto de valores y creencias que guían el comportamiento del personal directivo y operativo dentro de estas organizaciones, lo que se pretende es establecer el efecto que tiene la cultura organizacional sobre los resultados empresariales de las microempresas comerciales del cantón La Maná.

Por lo descrito con el presente proyecto de investigación se busca analizar la cultura de la empresa, debido a que de manera constante buscan obtener resultados empresariales que les permitan mantenerse y crecer en el tiempo. Es así, la importancia de conocer los elementos de la cultura organizacional que afectan los resultados de las microempresas.

La investigación en ejecución es de carácter descriptiva, en la que se aplicará las técnicas de la encuesta para la obtención de la información que permita comprobar los objetivos de trabajo y diseñar una propuesta alternativa que al ser puesta en marcha se logre un crecimiento sostenible del sector en estudio.

## **3. JUSTIFICACIÓN**

El cantón La Maná, de acuerdo a información proporcionada por el (SRI, 2019) presenta un total de 3.830 micro empresas comerciales, que constituyen el mayor porcentaje del total de los establecimientos identificados en esta zona. Esto determina que La Maná es un cantón muy comercial, y que este sector está constituido básicamente por PYMES comerciales que dinamizan gran parte de la economía.

El proyecto de investigación referente a la cultura organizacional y su impacto en el resultado empresarial en las microempresas comerciales del cantón La Maná, reviste una gran importancia, ya que está vinculado al proyecto formativo de la Carrera de Ingeniería Comercial titulado “Diseño de una propuesta estratégica para mejorar la percepción final del consumidor a través de la motivación del personal en las empresas comerciales del cantón La Maná”. Sin lugar a dudas que los resultados que se logren alcanzar en el proceso

investigativo, coadyuvan al cumplimiento de las metas y objetivos del proyecto institucional, sirviendo de base los resultados o hallazgos encontrados para plantear propuestas alternativas para el mejoramiento de la gestión micro empresarial lamanense y facilitar los procesos para la sostenibilidad y crecimiento del sector.

Las razones expuestas determinan que la presente investigación tiene trascendencia y utilidad práctica, debido a que, al mejorar la cultura de las organizaciones, los hallazgos encontrados se verán reflejados en los resultados económicos, financieros y técnicos a nivel de cada uno de las micro empresas comerciales en estudio. Por lo tanto, resulta importante y necesario realizar un análisis situacional de una muestra significativa de microempresas, donde se identificarán los factores o elementos de la cultura organizacional y su relación con los resultados empresariales logrados.

Los principales beneficiarios con la ejecución de este proyecto serán los 3.830 propietarios o directivos de las micro empresas comerciales, los empleados o trabajadores, los clientes, los proveedores y las diferentes instituciones del sector público o privado relacionadas directamente al quehacer comercial, industrial y de control financiero y fiscal.

Resulta importante mencionar que existe total predisposición de los propietarios de las microempresas comerciales, en otorgar información requerida en el proceso de investigación; considerando, además, el alto nivel de conocimiento que tienen los asesores del proyecto. Los resultados de la investigación permitirán que se diseñe una propuesta alternativa, que, al ser puesta en práctica, coadyuvará al fortalecimiento de cada una de las micro empresas del sector. Por lo que el impacto que generará la investigación se verá reflejado en la sostenibilidad de las micro empresas en el mercado, crecimiento y desarrollo del sector y generación de nuevos puestos de trabajo que beneficiarían a un importante sector de la población del cantón La Maná.

#### **4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

Los beneficiarios de los resultados que se logren en la investigación se detallan a continuación:

### **Beneficiarios directos**

- 3.830 empresas comerciales del cantón La Maná.
- 6.800 empleados de las empresas comerciales.
- Clientes de las micro empresas comerciales
- Empresas proveedoras de productos

### **Beneficiarios indirectos**

- Servicio de Rentas Internas SRI.
- GAD Municipal del Cantón La Maná
- Cuerpo de Bomberos del Cantón La Maná
- Cámara de Comercio del Cantón La Maná
- Población del cantón La Maná (56.000 habitantes aproximadamente, equivalente a 14.000 familias).

## **5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **5.1.Contexto macro**

Se reconoce a la organización, como sistema económico y social, la cual posee una identidad histórica con sus propias formas de control y gestión administrativo (Steckerl, 2006), además a la manera en que se relaciona el personal, los valores y actitudes, las expectativas y convivencias del grupo social, se adhieren a la cultura de la organización. (Chiavenato, 2009).

Según Pérez (2003), la cultura organizacional, determina el nivel de desarrollo de los trabajadores en la organización, al ser independientes, creativos, comprometidos y participativos abonando a la mejora continua de la dinámica empresarial. Además la cultura organizacional es “el conjunto de supuestos compartidos e implícitos, que se dan por sentados, en un grupo, el cual determina la manera en que el grupo percibe sus diversos entornos, piensa respecto de ellos y reacciona a ellos mismos”. (Kinicki y Kreitner 2003).

La cultura organizacional es la percepción de los trabajadores, generando un modelo de ideologías, actitudes y perspectivas. Finalmente, se considera que la cultura organizacional es

permanente, sin embargo, los trabajadores, pueden transformarla, una vez que aprenden y reafirman las prácticas laborales. (Ivancevich, Konopaske y Matteson, 2012).

## **5.2.Contexto meso**

En el Ecuador, el sector manufacturero representa el 17,3% del producto interno bruto según el Banco Central del Ecuador (2017), tuvo un incremento del 1,5% con respecto al 2016. En investigaciones anteriores que fueron realizadas acerca de la relación entre la innovación y el desempeño organizacional se observa que todavía requieren ser exploradas, pues existen investigaciones en sectores como educación, bancario y en servicios.

En el país, particularmente en el Distrito Metropolitano de Quito DMQ existen muchos emprendimientos como también micro, medianas y grandes empresas que no sobreviven en el mercado manteniendo una tasa de mortalidad muy alta, esto se le acredita a la falta de competitividad por su escasa innovación y desempeño en sus procesos, para esto se ve necesario conocer si existe una relación entre la innovación y el desempeño organizacional y los efectos que tiene en su rentabilidad. (INEC, 2018).

La innovación es la implementación de nuevos procesos, productos, y enfoques administrativos dentro de las organizaciones para mejorar la calidad y poder reducir costos, es decir incrementar la eficiencia y la efectividad para la mejora y satisfacción de todos los involucrados en la organización (Seaden, Guolla, Doutriaux, & Nash, 2003).

A medida que el mundo avanza las organizaciones deben avanzar conjuntamente por lo cual implementan la innovación en el desarrollo de nuevas propuestas de mejora, tomando en cuenta cuatro factores básicos: nuevas ideas, personas, transacción y desempeño organizacional.

## **5.3.Contexto micro**

El sector comercial en el cantón La Maná, es el que concentra la mayoría de establecimientos, con un total de 666 locales comerciales que representa el 77 % del total del cantón (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Maná 2015-2020), lo que permite destacar

la importancia del estudio y la necesidad de desarrollar estrategias que permitan a corto o largo plazo fortalecer la gestión administrativa y con ello mejorar los resultados económicos y financieros de este importante sector de la economía lamanense.

En las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná no se han realizado estudios que permitan identificar la estructura de una cultura organizacional al interior de estas micro empresas, generándose problemas estructurales, en virtud de que se afecta la calidad del servicio hacia los clientes; lo que conlleva que estos no se sientan bien atendidos, generándose inconformidad e insatisfacción en los consumidores, debilitándose su fuerza de ventas en estas empresas, y por ende a las utilidades de los propietarios y la participación de impuestos a las arcas estatales.

De acuerdo a la problemática descrita anteriormente se propone desarrollar una investigación sobre la cultura organizacional en el sector comercial micro empresarial de la zona de La Maná y establecer de qué manera incide en los resultados de las micro empresas en estudio, investigación que se desarrollará en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, en el periodo comprendido septiembre del 2019 a agosto del 2020, teniendo como objeto de estudio el sector micro empresarial comercial y siendo su campo de acción la organización micro empresarial y los resultados empresariales.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo general**

Analizar la cultura organizacional para mejorar los resultados empresariales de las microempresas comerciales del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

### **6.2. Objetivos específicos**

- Establecer los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional en el accionar de las micro empresas comerciales del cantón La Maná.
- Identificar los principales resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial del Cantón La Maná.

- Determinar el impacto que genera la cultura organizacional en los resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.

## 7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA

*Cuadro 1. Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.*

Objetivo	Actividades	Resultado de las actividades	Descripción metodológica
Establecer los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional en el accionar de las micro empresas comerciales del cantón La Maná.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Identificar los principales elementos intangibles de la cultura organizacional en las micro empresas comerciales.</li> <li>b. Diseñar los instrumentos para la recolección de la información.</li> <li>c. Aplicar los instrumentos, tabular y registrar la información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Identificado los elementos intangibles de la cultura organizacional de las micro empresas comerciales.</li> <li>b. Fortalecimiento de la cultura organizacional de las micro empresas comerciales del cantón La Maná como mecanismo de mejorar sus resultados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Encuesta a los directivos de las microempresas del sector comercial del cantón La Maná.</li> <li>b. Encuestas a aplicarse a los clientes de las micro empresas comerciales del sector en estudio.</li> </ul>
Identificar los principales resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial del Cantón La Maná.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Elaboración de cuestionarios para identificar los componentes de los resultados empresariales.</li> <li>b. Aplicar los instrumentos, tabular y registrar la información en cuadros y gráficos estadísticos. .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Se cuenta con información sobre los resultados empresariales en el orden de la gestión administrativa, contable y económico financiero de las micro empresas comerciales del sector en estudio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Encuesta a los directivos y encuesta a los empleados y clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná.</li> </ul>
Determinar el impacto que genera la cultura organizacional en los resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Aplicar los criterios de la estadística descriptiva para realizar análisis comparativos entre los componentes de la cultura organizacional con los resultados alcanzados por las micro empresas comerciales en estudio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Se cuenta con la información estadística que refleja la relación entre los componentes de la cultura organizacional con los resultados obtenidos por las micro empresas del sector comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Revisión documental</li> <li>b. Aplicación de fórmulas estadísticas en utilitario de Excel</li> <li>c. Diseño de tablas y gráficos estadísticos</li> <li>d. Análisis e interpretación de resultados</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Los autores

## **8. Fundamentación científica**

### **8.1. Antecedentes investigativos**

Para sostener un soporte investigativo en referencia a la presente investigación, a continuación, se detallan de forma resumida aspectos relevantes de investigaciones ya realizadas en otros lugares, las mismas que sirven de fundamento literario y científico de carácter vinculante al proceso de investigación que se está llevando a cabo; y que a continuación se describen:

#### **Proyecto 1. Sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales: una justificación desde las teorías institucional y de recursos y capacidades.**

Esta investigación contribuye al conocimiento de la relación existente entre la GCT y la normativa ISO 9000 con los resultados empresariales. Se ha adoptado como marco de referencia para explicar esta relación dos relevantes teorías organizativas: la teoría institucional y la de recursos y capacidades. De acuerdo con la teoría institucional, las empresas que implantan un sistema de gestión de calidad motivadas únicamente por presiones externas tienen el riesgo de dispersar su atención hacia otras tareas diferentes de la principal: sus resultados. Esto es precisamente lo que podría estar sucediendo en la actualidad con la normativa ISO, considerada ya como un requisito esencial para permanecer en el mercado.

Las organizaciones pueden estar demasiado preocupadas por obtener el certificado y descuidar lo que debería ser la principal razón para obtenerlo: un mejor sistema de gestionar la calidad. Sin embargo, esta presión externa no se encuentra en la aplicación de otros sistemas de gestión tales como la GCT, que como indican sus propios principios, debe ser implantada por convencimiento interno de mejora. La teoría de recursos y capacidades es útil también para explicar diferencias en los efectos en resultados de ISO 9000 y GCT. Esta teoría sostiene que sólo algunos recursos estratégicos en la empresa pueden llegar a ser fuente de ventajas competitivas.

Estos recursos deben cumplir cuatro requisitos: ser valiosos, únicos, imperfectamente imitables y carecer de sustitutivos. En este sentido, de entre las dimensiones de la GCT, las



denominadas como «intangibles» cumplen los requisitos anteriores y podrían ser las impulsoras de mejores resultados. Sin embargo, si la norma ISO se implanta en la organización sólo como una herramienta de marketing y no como una herramienta valiosa de gestión cercana a un sistema de GCT, sería perfectamente imitable por los competidores y en consecuencia no se constituiría en fuente de ventajas competitivas para la empresa. Los datos para esta investigación se han obtenido de una muestra de empresas industriales españolas mediante dos métodos. En primer lugar, a través de una encuesta en la que se utilizaba una escala de GCT previamente testada en la literatura se recogió información del grado de implantación de la misma, de si la empresa aplicaba o no ISO 9000 y su fecha de implantación y de los resultados obtenidos. Por otro lado, se utilizó la base de datos SABI para obtener información financiera objetiva para un período de 5 años (ROA y productividad dos años antes y después del año de implantación de ISO 9000 o GCT). Después de un análisis factorial la escala de resultados obtenida de la encuesta fue dividida en dos: resultados internos (relacionados con costes) y externos (relacionados en mayor medida con calidad).

Los análisis confirman que las empresas que aplican GCT obtienen mejores resultados y por tanto defiende, como otros trabajos previos que una empresa que aplica GCT mejora su gestión y obtiene beneficios que compensan el esfuerzo de su implantación. En relación a la norma ISO 9000, se observa únicamente un mejor resultado interno. Recordemos que estos resultados internos estaban compuestos por los ítems relativos a costes unitarios de producción, flexibilidad, rapidez en las entregas y tiempo de ciclo. Los resultados externos comprendían los ítems de calidad, satisfacción de empleados y clientes y cuota de mercado que la norma tenga efecto en resultados internos parece lógico dado que ISO 9000 es un sistema de aseguramiento de la calidad centrado fundamentalmente en la gestión del proceso productivo.

Sin embargo, cuando la motivación se introduce como una variable moderadora se obtiene que sólo las empresas motivadas internamente tienen mejores resultados internos. Nuestros resultados son congruentes por tanto con las premisas de las teorías institucional y de recursos y capacidades. La presión externa puede conducir a la empresa a dispersar su atención hacia otras direcciones y no hacia su gestión para la mejora y por tanto, los beneficios que se esperaba que obtuviera de la implantación de la norma no se conseguirían. Mientras que la GCT no se suele implantar únicamente por presiones externas la ISO sí que lo hace y

consecuentemente esta teoría es útil para explicar diferentes efectos en resultados de ambos sistemas. (Martínez Costa y Martínez Lorente, 2007, pág. 24)

## **Proyecto 2. Investigación y desarrollo en las empresas chilenas. Tercera encuesta longitudinal de empresas.**

Los resultados reportados en este informe confirman que actualmente en Chile son muy pocas las empresas que realizan desarrollo experimental (DE), cuentan con un laboratorio o departamento de investigación (LI) y contratan personal calificado (PC) con fines de realizar investigación, las tres anteriores, áreas claves en el ámbito de la I+D y concretamente, en la innovación. Así, un 5% de las empresas cuenta con desarrollo experimental, el 1,3% contrata personal calificado con fines de investigación y tan sólo el 1% cuenta con un laboratorio o departamento de investigación. Es decir, las empresas potenciales ejecutoras de I+D con foco en innovación son pocas y mucho menos las que cuentan con una estructura organizacional que aloje estas actividades. Este último número es similar al de empresas que cuentan con capital humano elevado dedicado a I+D. Estas cifras, sin embargo, esconden una realidad altamente heterogénea si se analiza por tamaño de empresa. En efecto, las brechas entre las grandes empresas y las de menor tamaño (pymes y microempresas) son enormes.

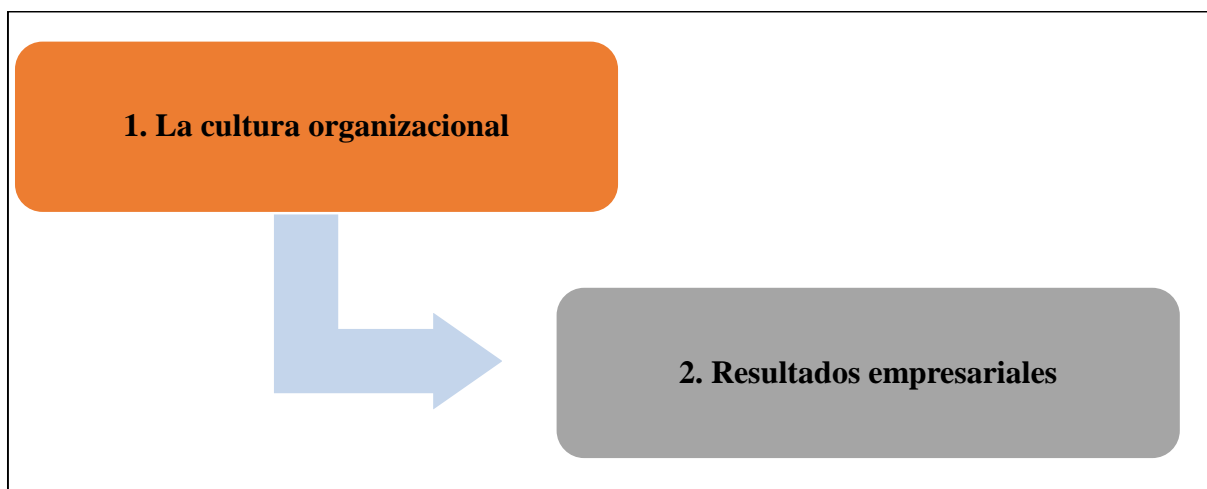
En el caso del desarrollo experimental, una de cada cinco empresas grandes lo hace (20,7%). En las empresas medianas este valor se desploma a 10,3%, a 5,3% en las pequeñas y llega tan sólo a 2,6% en las microempresas. Por otro lado, una de cada diez empresas grandes tiene laboratorio de investigación (10,1%) y sólo el 2,8% de medianas y 0,6% de las pequeñas, valor muy similar al de las microempresas donde tan sólo el 0,4% cuenta con una unidad organizacional dedicada a estos objetivos. Finalmente, el 8,1% de las grandes empresas contratan personal calificado con fines de investigación o desarrollo de una nueva tecnología, mientras que tan solo el 3,3% de las empresas medianas, un 1,2% de las pequeñas y un 0,6% de las microempresas.

Respecto a los sectores que concentran la I+D orientada a innovaciones, destaca Suministro de Electricidad, Gas y Agua (EGA) e Industrias Manufactureras. En el caso de EGA, este sector presenta la mayor participación en las tres áreas claves (DE, LI, PC) descritas en este documento. Este resultado no es sorprendente, puesto que dentro de esta industria se

encuentran actividades de producción de electricidad de origen hidráulico, convencional, solar o bien la desalación de agua de mar para producir agua como principal producto de interés. Otro resultado interesante es que las potenciales ejecutoras de I+D, son jóvenes y de edad media.

No obstante, este resultado puede variar un poco al ver los datos por sector económico. En el sector Pesca, por ejemplo, el 43,4% de las empresas que realizan desarrollo experimental tienen más de 20 años, mientras que en la Construcción el 56,2% de las empresas con este tipo de proceso tiene entre 1 y 5 años. En estos dos sectores, sin embargo, la fracción de ejecutoras de I+D con foco en innovación es muy baja. En el caso del personal calificado, la mayor la cantidad de trabajadores con grado de Magíster o Doctorado destinado a I+D, se concentra en las grandes empresas. (Gobierno de Chile, Ministerio de Economía Fomento y Turismo, 2015)

## 8.2. Categorías fundamentales



*Figura 1. Categorías Fundamentales.*

Elaborado por: Los autores

### **8.3.Marco teórico**

#### **8.3.1. La cultura organizacional**

##### **8.3.1.1.¿Qué es la cultura organizacional en una empresa?**

La noción de “Cultura Organizacional” ha venido desarrollándose desde los años treinta, tiempo en que apareció el enfoque de gestión fundamentado en el comportamiento señalada por Philip Setznick. En los años cuarenta aparece la “época ideológica de la organización”, y no fue sino hasta la década de los ochentas en que científicos conductistas añadieron a la cultura organizacional conceptos como clima organizativo y valores. Esta última época, se ha constituido como la de mayor aceptación, en la cual se agregaron elementos como el comportamiento humano, relacionándolo con el concepto de cultura organizacional, a los cuales se añaden situaciones de la actualidad como el cambio por condiciones externas como la tecnología, etc que son quienes delimitan el contexto de evolución de cada empresa **(Rodríguez, 2014, pág19)**

El concepto de cultura organizacional (CO) nace de la idea de que las organizaciones son pequeñas sociedades dotadas de procesos de socialización, normas y estructuras en las que, por consiguiente, se desarrollan rasgos culturales. Las definiciones sobre CO tienen fundamentos sociológicos o antropológicos y siguen dos enfoques: el funcional –la cultura surge de la conducta colectiva y el semiótico –la cultura reside en las interpretaciones y conocimientos individuales si bien la mayoría de los investigadores asume la perspectiva sociológica funcional que toma la cultura como un atributo gestionable de la organización. Dada la profusión de enfoques y definiciones en este trabajo, se asume una concepción amplia que sitúa la CO como algo complejo que involucra elementos subyacentes, no fácilmente observables, hasta estructuras y prácticas visibles

### 8.3.1.2.Importancia de la cultura organizacional

Conocer la cultura organizacional es muy importante por los siguientes aspectos:

- Desarrolla un sentido de pertenencia respecto de la empresa, lo cual conlleva a que los trabajadores se desenvuelvan con la convicción de que son parte del desarrollo de la empresa (misión, visión y objetivos).
- Constituye un elemento de connotación estratégica, pues representa la fortaleza que orienta a las organizaciones hacia el éxito.
- Permite identificar la problemática interna de la organización, cuestión que facilita la definición de vías de salida que den solución a esos problemas
- Es la vía que permite realizar una eficiente gestión administrativa del recurso humano Permite identificar las necesidades de la empresa, no solo de innovación tecnológica, sino también de innovación de conocimiento en las personas; un ejemplo de ello puede ser, el implementar programas de aprendizaje (de un tema específico) en la organización, cuyo objetivo sea adquirir mayor competitividad a través de los trabajadores, brindándoles habilidades y destrezas que prevean los cambios del entorno
- Permite identificar y consolidar grupos sólidos de trabajo al interno de la empresa, que se relacionen con facilidad y desarrollen de forma más eficiente la labor encomendada
- La cultura organizacional pasa a ser una ventaja competitiva, cuando los clientes la perciben como un componente que la diferencia de las otras empresas.

La importancia de la cultura organizacional radica en los resultados de la organización, mucho esfuerzo se ha desarrollado para tratar de encontrar la manera de transformar sus valores, adecuar las prácticas cotidianas e influir sobre las percepciones de los trabajadores, a fin de tratar de obtener condiciones culturales que favorezcan el desempeño de las personas y, por lo tanto, mejorar los resultados de la organización, que en muchos casos ha terminado reduciéndola a una ingeniería cultural, donde la dirección tendría el poder absoluto para modelar comportamientos ( **Rodríguez, 2014,pag 22-23**).

La cultura organizacional es el valor fundamental que aprecian los empleados, generando un impacto en la moral, la motivación, satisfacción y productividad en la compañía. Por lo tanto las empresas deben realizar programas de desarrollo para sus empleados en donde se puedan desarrollar y mejorar las habilidades de los integrantes de una organización, fortaleciendo sus valores y aumentando la retención de los buenos empleados.

Es importante mantener la cultura organización debido a que permite detectar problemas en los grupos de trabajo, o formar equipos con una ideología positiva y clara para el buen funcionamiento de la compañía. Otros aspectos de importancia de la cultura organización son:

- Utilizar como estrategia comercial, en búsqueda de nuevos negocios.
- Consolidar la marca
- Volverse atractiva para los buscadores de empleo
- Hacer parte de las mejores compañías para brindar empleo
- Atraer y retener buenos talentos **(Romero Natalia, 2016)**

Una buena organización cuya base esté en valores y normas permite a cada uno de los colaboradores de una empresa identificarse con ellos y mantener conductas positivas dentro de la misma; asimismo, gracias a ella, los empleados incrementan su productividad y dan una buena imagen del lugar donde laboran, es decir, se logra un exitoso employer branding (sistema de gestión de la marca de la empresa para atraer el talento hacia la misma) del negocio en el mercado. Su importancia radica en el impacto directo generado en los resultados de las empresas. Desarrollar la cultura organizacional de tu empresa es indispensable si buscas aprovechar al máximo el talento humano con el que cuentas, ya que, por su alta influencia en el comportamiento de tu personal, ésta puede ser utilizada como un elemento estratégico en tu visión de negocio **(Romero, 2018)**.

### **8.3.1.3.Los elementos intangibles de la cultura organización**

En cuanto a los elementos de la cultura organizacional, los mismos están dados por los caracteres del entorno compartidos; tecnología, hábitos y modos de conducta; cargos y funciones; roles; ritos, ceremonias y rutinas; redes de comunicación; sistema de valores, mitos y creencias. En tanto recurso en sí misma, la cultura organizacional contiene elementos con aptitud para construir, transformar y generar condiciones organizacionales, hallándose entonces en el dominio de las capacidades existentes y por lo tanto en el de la auto organización. A continuación, se describen algunos elementos de la cultura organizacional. **(Acosta, 2006, pág. 24)**.

- **Sistema de recompensa**

El reconocimiento del líder y el orgullo que sienten todos y cada uno de los miembros del equipo son la mejor recompensa por haber logrado, con su esfuerzo, un objetivo previamente establecido y alcanzado por ellos mismos. Estos equipos están centrados en los resultados.

- **La comunicación**

La comunicación existe en ellos en todos los sentidos. Cumple, no sólo el papel de informar, sino el de integrar al equipo. Para que el individuo se implique sobre un asunto ha de tener clara la relación de su tarea con la cuestión planteada; así como la relación entre la decisión tomada y los resultados que se esperan obtener

- **Gestión del proceso**

Gestionar por procesos busca garantizar los resultados esperados versus los objetivos trazados, a través del monitoreo continuo del proceso y con sus respectivos indicadores de gestión. Los indicadores deben enfocarse en términos de calidad, optimización de recursos, reducción de costos, mejoramiento en el servicio, seguridad y disminución de riesgos, teniendo como principal objetivo mantener y mejorar la satisfacción de los clientes. La Gestión por procesos, es una forma de gestionar toda la organización a través de procesos, apuntando a lograr la productividad y competitividad, por medio del desarrollo y satisfacción de los integrantes de la organización, con el fin de mejorar su conocimiento y competencia para el desempeño (**Cajamarca, 2012, pág. 14**).

- **Trabajo en equipo**

El concepto de «equipo» («empresa/equipo», «departamento/equipo», «grupo de trabajo/equipo») ha sido uno de los más recurrentes en la historia de las organizaciones y empresas. La creciente complejidad de la gestión en las últimas décadas está obligando a considerar por enésima vez y, ahora sí, por encima de mensajes retóricos y declaraciones de buena voluntad la proyección y los significados de «equipo», así como sus aplicaciones prácticas. Una realidad marcada por crecientes volúmenes de información, y por niveles de

conocimiento compartido para poder tomar decisiones acertadas, conlleva sumar y unir especialistas y expertos de áreas concretas, tanto como integrar a gestores y managers de áreas diversas en la cooperación sobre proyectos de alcance transversal, global o corporativo (**Gan y Triginé, 2006, pág. 423**).

- **Habilidades organizativas y cultura**

Es la parte encargada de dar con aquellas habilidades que mejor encajen en la cultura y el puesto a cubrir. Las habilidades de comunicación y las organizativas son las más importantes y que dan respuesta a las necesidades de la empresa. El factor determinante de cualquier habilidad organizativa es la transversalidad. La persona tiene una capacidad competencial global y que da respuesta ante necesidades sociales, de gestión y técnicas. Esto permite a la larga poder gestionar equipos y comunicarse eficazmente, pero también ser capaz de planificar y organizar el proyecto (**García, 2019**).

- **Compromiso de la dirección**

La Dirección General deberá suministrar pruebas para apoyar y desarrollar la implementación del Sistema de Gestión de Calidad y su mejora continua:

- Comunicando a la empresa la importancia de satisfacer los requisitos de ley previstos por las normativas para los clientes.
- Estableciendo la política de calidad
- Asegurando que estén establecidos los objetivos de calidad.
- Conduciendo revisiones de la Dirección.

- **Planificación**

La planificación del proyecto implica asegurarse de que los recursos estén disponibles. Ésta es una de las responsabilidades de la Dirección General exigidas por la norma. Asimismo al equipo pueden asignarse responsabilidades para la proyección del proceso y la definición de la política de calidad, de modo que se cumpla con los requisitos contenidos en el capítulo 5 de la norma.



Dado que la planificación, la definición de los objetivos y la revisión estadística son ahora mucho más significativas, ha aumentado la importancia de la revisión de la Dirección. Verifique la disponibilidad de recursos. La planificación del proyecto implica asegurarse de que los recursos estén disponibles. Ésta es una de las responsabilidades de la Dirección General exigidas por la norma **(Unzueta, 2011)**

- **Organización abierta**

En otras ocasiones hemos hablado sobre la organización abierta u orgánica, como también se le conoce. El término se refiere a una gestión horizontal, donde el respeto no se vincula al título gerencial y existe flexibilidad. En este tipo de organizaciones, se toma en consideración las necesidades de los empleados, lo que lleva al liderazgo de grupo y al trabajo en equipo. La ventaja del liderazgo de grupo es que el control del ambiente es compartido por varias personas, en lugar de que una persona diga a todos lo que se espera. La organización abierta toma en consideración las ideas de los empleados, abriendo las puertas al trabajo en equipo, en lugar de la competencia. Se piensa que el uso de organizaciones orgánicas incentiva a los empleados a cooperar y dar lo mejor de sus capacidades **(Gonzales, 2017)**

- **Empowerment**

El significado de empowerment o empoderamiento es la herramienta de gestión que emplean las áreas de recursos humanos de muchas empresas para conseguir mejores resultados, que básicamente consiste en delegar o transmitir autonomía, responsabilidad y poder a los trabajadores de una empresa para que ellos puedan resolver los problemas y tomar decisiones sin que sea preciso tener la aprobación de los superiores. De esta forma los empleados se sienten dueños de su propio trabajo. Una traducción de empowerment al castellano daría como resultado términos como habilitar, facultar, capacitar potenciar, permitir u otorgar el derecho.

El principal objetivo del empowerment empresarial es distribuir niveles correctos de poder y responsabilidad en toda la organización, para de esta manera potenciar el papel de los miembros dentro de la comunidad. Así también conseguirá incrementar la dedicación y esfuerzo de los trabajadores, además de rentabilizar al máximo sus capacidades y conocimientos. **(García, 2018)**.

A partir de las ideas previas, podemos considerar que el empowerment, la potenciación puede producirse en distintos niveles de análisis: individual, grupal, organizacional y comunitario. Es por tanto, un constructo multinivel; es necesario analizar la realidad de las personas en función de los diferentes niveles para comprender por qué ciertos aspectos organizacionales, políticos o económicos tienen un peso específico para adquirir, o en contraposición, para inhibir, los procesos de control y de dominio (empowerment). Para entender con claridad la teoría del empowerment, es sumamente importante distinguir desde una perspectiva multinivel entre los procesos de fortalecimiento y los resultados que se derivan de estos procesos. (Musitu y Buelga, 2004, pág. 2- 8)

### **8.3.2. Resultados empresariales**

#### **8.3.2.1. ¿A qué se denominan resultados empresariales?**

En los próximos días y semanas la mayoría de las compañías cotizadas presentará sus resultados del primer trimestre. Serán útiles para ver cómo evolucionan los negocios de las empresas. Hay que analizar con perspectiva (no solo los datos de un trimestre) si van consiguiendo sus objetivos o no, si cambian de estrategia, si se encuentran más o menos dificultades, etc.

Sin embargo, sorprende ver cómo muchos analistas e inversores se interesan por los resultados empresariales esperando que les vayan a advertir de un cambio de ciclo. Hacen cálculos agregados para pronosticar el ritmo de avance de la economía y es habitual escucharles utilizar el argumento de los buenos resultados empresariales para augurar un elevado crecimiento futuro (Gómez, 2018)

#### **8.3.2.2. Los elementos tangibles de la cultura organizacional**

- **Recursos humanos**

El departamento de RRHH deberá tener no sólo una estructura coherente con toda la organización. El Plan estratégico de Recursos Humanos deberá ser capaz de apoyar y acelerar el logro de los objetivos estratégicos de toda la compañía, es decir, responde a la necesidad de

implantar y asegurar el desarrollo del Plan Estratégico de la organización, con respecto a los Recursos Humanos. Contribuye a lograr los cambios que exige todo Plan Estratégico. **(Ramos, 2012, pág. 14 -15).**

Este mismo autor sostiene que se deben cumplir ciertas exigencias, las que a continuación se detallan:

- Credibilidad lograda entre los empleados por los equipos de Directivos y Mandos que pilotan el Plan Estratégico.
- Rigor en la planificación y cumplimiento de los proyectos incluidos en el Plan Estratégico. Planes de acción concretos, asociados a proyectos realizables y que comienzan a dar resultados a corto plazo en el área de Recursos Humanos.
- Capacidad de "entusiasmo" de los Equipos Directivos. Capacidad de "animación" del Plan y de los proyectos asociados a él por el conjunto de profesionales de la organización.
- Realización coordinada de acciones que afectan al Recurso Humano de la entidad

Las buenas prácticas de Recursos Humanos inciden de manera directa en el prestigio del área dentro y fuera de la organización. Por esta razón se han acuñado dos conceptos relacionados pero diferentes entre sí: la marca empleadora y la marca de Recursos Humanos. Ambos conceptos, como muchos otros, se ven influidos por la presencia de social media. La utilización de las redes sociales de manera adecuada proporcionará beneficios; una mejor apreciación por parte de los usuarios, especialmente jóvenes, de las dos “marcas” mencionadas. Sin embargo, el tema debe ser analizado desde dos perspectivas: cuando una empresa cuenta con una marca prestigiosa de RRHH / empleadora con anterioridad a la existencia de social media (o de su aplicación por parte de dicha organización), esta potencia la utilización de la Web 2.0, donde la imagen y la confianza son fundamentales. **(Alles, 2012. Pág. 17-18).**

- **Proveedores**

Los proveedores según **García (2018)**, son aquellas personas o empresas que nos abastecen de los productos necesarios para desarrollar nuestra actividad empresarial. Gracias a ellos,

disponemos de las materias primas para fabricar nuestros productos, o las existencias necesarias para poder venderlas de nuevo y obtener beneficios. Todas las empresas precisan de proveedores. Por ejemplo, una tienda de zapatos necesita el stock para venderlo, el panadero necesita harina para hacer el pan, o el técnico informático necesita piezas para arreglar los ordenadores. Según las características y las funciones que realicen debemos saber que existen diferentes tipos de proveedores para nuestra empresa, siendo los siguientes.

- **Proveedores de productos:** proporcionan un artículo que tiene un valor monetario y satisfacen una necesidad tangible del mercado. Ejemplos: muebles, ordenadores, vehículos.
- **Proveedores de servicios:** el bien es intangible, pero se necesita la confluencia de otros tangibles para producirlo. Ejemplos: compañías telefónicas, de agua o electricidad. Hay quienes distinguen en dos subgrupos, los de servicios internos (con control de todo el servicio y más cercanía con el cliente) o externos (abastecen a varios clientes y permiten mayor oferta y flexibilidad)
- **Proveedores de recursos:** satisfacen las necesidades de fuentes de carácter económico de una empresa, básicamente de créditos, socios o capital. Ejemplos: entidades financieras, prestamistas, cooperativas o autoridades.

Sin embargo, si queremos tener una idea más exacta de las clases de proveedores, es necesario hablar también de los que hay según su papel en el proceso de compras. Este punto es importante porque cualquier compra que realiza una empresa tiene que quedar contabilizada en su cuenta de proveedores, siempre que tenga relación directa con el objeto social de la empresa. La clave es que lo normalizado, según los tratados del mercado internacional, es que toda adquisición se haga tras estudiar 3 cotizaciones. Así encontramos:

- **Proveedores normales:** no forman parte del registro de proveedores (los que están obligados a hacer esas 3 cotizaciones).
- **Proveedores confiables:** aquellos que es prioritario que mantenga la empresa porque reúnen características que son esenciales para nuestro proyecto. Eso hace que no necesitemos más de una cotización.
- **Proveedores específicos:** abastecen de unos productos tan especiales que no es fácil encontrar sustituto en el mercado.

- **Proveedores de convenio:** se firma con ellos un contrato de prestación de servicios, lo que hace que no se necesiten cotizaciones durante el tiempo de vigencia de ese acuerdo.

Para la búsqueda de proveedores es necesario determinar las fuentes de información que nos proporcionarán datos relevantes sobre los posibles suministradores, siendo la gestión de proveedores la encargada de generar un clima adecuado entre la empresa y los proveedores. Para las empresas el poder tener una relación de confianza con los suministradores les reporta grandes ventajas y les facilita mucho el proceso de compra que comprende las fases detalladas a continuación. (Ayala, 2016, pág. 56)

- Detección de las necesidades
- Búsquedas de proveedores
- Evaluación de proveedores
- Proceso de compra
- Evaluación pos compra

- **Clientes**

Es un proceso clave en la estrategia de marketing one-to-one, de la perfecta realización de esta fase depende buena parte del éxito de una campaña y de la relación a largo plazo con los clientes. Muchas de las personas que trabajan en marketing, especialmente en entornos virtuales, no otorgan a la fase de identificación de clientes la importancia que ésta merece, por considerarla un conjunto de técnicas ya inventadas muy cercanas al marketing directo tradicional (De no Vásquez, 2004, pág. 1-4)

### **8.3.2.3.Los resultados subjetivos empresariales**

- **Definición de resultados subjetivos**

Se entiende como resultado subjetivo a la consecuencia final de una serie de acciones o eventos, expresados cualitativa o cuantitativamente. Los resultados pueden ser divididos en varios tipos, dependiendo del procedimiento que se haya llevado a cabo para obtenerlo.

- **Costo de los productos**

El costo del producto está conformado por el costo de los materiales directos más el costo de la mano de obra directa, más el total de los costos indirectos de fabricación. Materiales directos, son aquellos que están involucrados directamente en la producción y que su costo puede ser fácilmente identificable con el producto. Por ejemplo, el caso de las carteras, el cuero, las hebillas y la tela que sirve para el forro son considerados materiales directos.

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del **costo** más el beneficio). (Matwijiszyn, 2014)

- **Calidad del producto**

La calidad de un producto es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. La calidad de los productos de una organización depende en una importante medida de sus proveedores. Para desarrollar nuevos productos con un alto grado de fiabilidad, es que el proveedor colabore desde el inicio del desarrollo. Es importante tener en cuenta que un proveedor bien estimulado y apoyado por la organización, puede dar una contribución insustituible de creatividad e innovación tecnológica en nuevos productos y servicios y además puede trabajar activamente para reducir continuamente los costos (Ibídem)

- **Satisfacción del cliente**

En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente, resulta totalmente indispensable para que las empresas sean exitosas. Este objetivo debe involucrar a todas las áreas funcionales de una organización: producción, finanzas, recursos humanos, ventas, etc., todas las personas de la empresa deben conocer cuáles son los beneficios y además sumar esfuerzos para lograr la “Satisfacción del Cliente”. La satisfacción del cliente va unida a cada transacción específica, mientras que la actitud hacia un producto o servicio es general y puede existir sin que haya

habido una experiencia personal de compra y de consumo concreta (**Rodríguez, 2014, pág. 40-42**).

Se sostiene además que los elementos que conforman la satisfacción del cliente, podemos encontrar que estos son: el rendimiento percibido, las expectativas, los distintos niveles de satisfacción, de lo cual se podría rescatar lo detallado a continuación.

- El Rendimiento percibido. Hace referencia a cuanto el cliente considera haber recibido al momento de obtener un bien o servicio. Este rendimiento percibido empieza y finaliza con el cliente, y en ese proceso adquiere las siguientes características:
  - Es determinado desde la perspectiva del cliente, mas no de la empresa.
  - Está basado en aquellos resultados que el cliente alcanza con la adquisición del producto o servicio.
  - Se fundamenta en el punto de vista del cliente, mas no precisamente en la realidad.
  - Puede ser afectado por las percepciones de externos que influyen en el cliente. Es dependiente del estado de ánimo y los razonamientos del cliente.
- Las expectativas. Se refiere a los “anhelos “de los clientes al momento de adquirir un bien o servicio. Las expectativas son el resultado de las promesas del vendedor (beneficios del bien o servicio), de experiencias pasadas (compras), de opiniones de personas cercanas importantes (familia, amigos, etc.), ofrecimientos de la competencia. Las expectativas del cliente deben coincidir con: lo que oferta la empresa y lo que al cliente promedio motiva para comprar. Frente a esta realidad, es importante -como parte de la cultura organizacional-, que se establezca “el nivel correcto de expectativas”, de ello dependerá que se atraiga clientes, se mantenga su fidelidad, y por lo tanto su nivel de satisfacción sea alto.
- Los niveles de satisfacción. Una vez adquirido el bien o servicio, el cliente atraviesa por uno de estos niveles de satisfacción:
  - **Insatisfacción:** Cuando existe una percepción negativa respecto del producto, es decir existe un desempeño percibido malo en relación a lo que el cliente espera.
  - **Satisfacción:** Cuando existe una percepción positiva respecto del producto, es decir existe un desempeño percibido óptimo en relación a lo que el cliente espera.
  - **Complacencia:** Cuando excede las expectativas del cliente

- **Satisfacción de los empleados**

Una de las grandes aspiraciones en la vida de las personas es alcanzar la satisfacción laboral, todo el mundo sueña con trabajar en algo que le guste, motive y apasione. El trabajo forma parte directa de nuestras vidas, ya que es una actividad a la que le dedicamos la mayor parte de nuestro tiempo y queramos o no, la satisfacción o insatisfacción laboral cobra un valor importante que afecta a todas las demás áreas de nuestra vida. La satisfacción laboral es directamente proporcional al compromiso del trabajador con la empresa, a la motivación y a la productividad. Es decir que cuanto mayor sea la satisfacción en el trabajo de una persona, mayor será su compromiso, motivación y productividad (**Oliveras, 2015**)

#### **8.3.2.4. Los resultados objetivos empresariales**

- **Definición de los resultados objetivos de una empresa**

Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado (**López, 2018**).

- **Rentabilidad**

La rentabilidad es cualquier acción económica en la que se movilizan una serie de medios, materiales, recursos humanos y recursos financieros con el objetivo de obtener una serie de resultados. Es decir, la rentabilidad es el rendimiento que producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo. Es una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción.

La rentabilidad es el beneficio obtenido de una inversión. En concreto, se mide como la ratio de ganancias o pérdidas obtenidas sobre la cantidad invertida. Normalmente se expresa en porcentaje. El cálculo de la rentabilidad es simple, y se realiza con una tasa aritmética o con una tasa logarítmica. La primera es una tasa de variación. La segunda es muy utilizada, y suele dar resultados similares. Facilita los cálculos más complejos. A partir de varias



rentabilidades, se puede calcular la media (aritmética, geométrica o ponderada, según las características de la inversión) de éstas para analizar el rendimiento de una inversión tras varios periodos de tiempo. Previamente, un inversor suele determinar cuál es la rentabilidad que espera ante una inversión, la rentabilidad esperada. Ésta, así como el riesgo que está dispuesto a asumir, determinan el perfil del inversor, que debe ser la primera decisión del mismo **(España, 2012)**.

- **Utilidades**

Es un derecho de los empleados de empresas privadas recibir utilidades. Especialistas en materia económica comentan qué, generalmente, se hace con estos recursos. Recibir las utilidades es un derecho que tienen todos los empleados de empresas privadas del país. Según el Art. 97 del Código del Trabajo, el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el 15% de las utilidades líquidas de esta. Es decir, el 10% se reparte entre todos los trabajadores. El restante 5 por ciento se reparte de acuerdo a las cargas familiares (hijos y cónyuge). Por ello, este dinero o ganancia se convierte en una porción importante de recursos recibidos en el año y que le permiten solventar deudas pendientes, además, afrontar los usuales gastos.

Según **Téllez y Rivera (2005)** afirma que Conforme al artículo 1 de la resolución de la cuarta comisión nacional para la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas establece lo siguiente: “Los trabajadores participaran en un diez por ciento de las utilidades de las empresas en las que prestan sus servicios”, que se aplicara sobre la renta gravable determinada según lo dispuesto en la ley del impuesto sobre la renta.

En los contratos de trabajo (individual, colectivos y ley) que estipulen como participación de utilidades una cantidad determinada, en un plazo determinado surte sus efectos siempre que la cantidad recibida no resulte inferior a la que les corresponda conforme a la renta gravable, en cuyo caso la empresa pagara la diferencia en la forma y términos que señala la ley **(pág. 48)**.

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS**

- ¿En el sector micro empresarial comercial del cantón La Maná, no se han identificado los elementos intangibles de la cultura organizacional, afectando directamente el desarrollo de las actividades operativas propias de las micro empresas?
- ¿En las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná, no existe información contable y financiera que permite identificar resultados de la gestión administrativa, económica y financiera?
- ¿Existe incidencia directa de la cultura organizacional de las micro empresas comerciales del cantón La Maná en los resultados empresariales de este sector?

## **10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL**

### **10.1. Tipo de investigación**

#### **10.1.1. Investigación bibliográfica**

El proyecto de investigación ejecutando es de carácter bibliográfico debido a que, para fundamentar las variables de investigación; se requiere de la búsqueda de literatura científica actualizada, la misma que está presente en libros, revistas, folletos, documentos de la web que deben ser debidamente citadas y referenciadas.

#### **10.1.2. Investigación formativa**

La investigación también es de carácter formativa, debido a que, por medio de un proceso de motivación, participación y aprendizaje, permite que los investigadores logren una amplia familiarización con los procesos de investigación, que facilite la actualización del conocimiento a los responsables de la investigación para adquirir una formación básica en metodología de la investigación científica.

#### **10.1.3. Investigación de campo**

La investigación es considerada de campo, porque para la obtención de la información de fuente primaria, fue necesaria la aplicación de las técnicas de investigación como censos, encuestas o entrevistas a los directivos y/o propietarios de las microempresas del sector comercial en el cantón La Maná, en relación a la cultura organizacional y el impacto que genera en el resultado micro empresarial.

#### **10.1.4. Investigación descriptiva**

La investigación es de carácter descriptiva, en virtud de que, permitirá conocer en forma detallada las características de la cultura organizacional que presentan las micro empresas comerciales del cantón La Maná y establecer la forma como influyen estos aspectos en el resultado organizacional o empresarial.

### **10.2. Métodos de investigación**

#### **10.2.1. Método deductivo**

Para la ejecución del proceso investigativo fue necesario la aplicación del método deductivo, porque permitió identificar los elementos intangibles de la cultura organizacional en las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná, mediante la aplicación de las pertinentes técnicas de investigación para lograr la obtención de la información requerida en la investigación.

#### **10.2.2. Método analítico**

Se precisé además la utilización del método analítico, debido a que mediante su aplicación práctica se logró clasificar, tabular, registrar, comparar y analizar la información obtenida en el censo y en la encuesta que se aplicarán a los directivos de las micro empresas comerciales y a los empleados y clientes de estos establecimientos, con la finalidad de conocer la estructura de la cultura organizacional que presentan estas micro empresas, la calidad de del servicio brindado a los clientes, la satisfacción que perciben y la incidencia en los resultados micro empresariales.

### **10.3. Técnicas de investigación**

#### **10.3.1. La encuesta**

A través de las encuestas se procedió a recabar información procedente de los directivos, empleados y clientes de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná, lo que facilitó la descripción de los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional, así como la identificación de los principales resultados empresariales de las micro empresas del sector.

### **10.4. Instrumentos para la recolección de los datos**

#### **10.4.1. Para la encuesta**

Para efectuar las encuestas a los directivos, empleados y a los clientes de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná, se diseñó un cuestionario de preguntas que permitió recopilar información relacionada con la descripción de los principales elementos intangibles que conforman la cultura organizacional, así como la identificación de los principales resultados empresariales de las micro empresas del sector. **(anexos 4, 5 y 6)**

### **10.5. Población y muestra**

#### **10.5.1. Población**

La cantidad de micro empresas del sector comercial del cantón La Maná para el presente estudio asciende a un total de 3.830 establecimientos comerciales, según información registrada en la base de datos del SRI del año 2019; cuya clasificación por estratos se presenta en el cuadro que se muestra a continuación.

**Cuadro 2. Número de micro empresas comerciales del cantón La Maná.**

No.	Actividades comerciales	Cantidad
1	Venta al por mayor y menor de abonos, fertilizantes, alimentos de mascotas y productos veterinarios	47
2	Venta de animales vivos, productos cárnicos, incluidos de corral	241
3	Venta al por mayor de bazar en general, perfumería, bisutería, prendas de vestir y peletería	1059
4	Venta al por mayor y menor de artículos de ferretería y revestimiento de pisos	98
5	Venta al por mayor y menor de computadoras, programas informáticos y equipo periférico	54
6	Venta al por mayor y menor de productos alimenticios	1322
7	Ventas al por mayor y menor de calzado y material de zapatería	43
8	Venta al por mayor y menor de mariscos	60
9	Venta al por mayor y menor de combustibles, nafta, grasas, lubricantes y aceites	125
10	Venta al por mayor y menor de flores y plantas	23
11	Venta al por mayor de desperdicios y desechos, chatarra	37
12	Venta al por mayor y menor de artículos de oficina y papelería	161
13	Venta al por mayor y menor de materiales de construcción: piedra, grava	19
14	Venta al por mayor y menor de alfombras, tapices, colchones	50
15	Venta al por mayor y menor de productos medicinales (naturistas)	55
16	Venta al por menor de bebidas alcohólicas	103
17	Venta al por menor de electrodomésticos	70
18	venta al por menor de productos farmacéuticos	30
19	Venta al por menor de recargas y tarjetas electrónicas	74
20	venta al por menor de fuel, gas en bombona	88
21	Venta al por mayor de diversos artículos de especialización	21
22	Otros	50
<b>TOTAL:</b>		<b>3.830</b>

Fuente; Archivos del SRI, La Maná, noviembre del 2019

Elaborado por: Los autores.

### 10.5.2. Muestra

Para aplicar las encuestas dirigidas al sector comercial del cantón La Maná se aplica la fórmula estadística para calcular la muestra poblacional que debe ser investigada, y a continuación se describe su proceso de cálculo.

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1) + 1}$$

**n** = Tamaño de la muestra =?

**N** = Población a investigarse = 3.830

**E** = Índice de error máximo admisible = 8 % (0.08)

Remplazando los valores en la fórmula se obtiene los siguientes resultados:

$$n = \frac{3.830}{(0.08)^2(3.830-1) + 1}$$

$$n = \frac{3.830}{(0.0064)(3829) + 1}$$

$$n = \frac{3.830}{25,5056}$$

**n** = 150 micro empresas comerciales

El resultado alcanzado permite determinar que se deben investigar a 150 propietarios de las microempresas del sector comercial del cantón La Maná con el propósito de conocer la situación actual de la problemática en investigación, así como también se aplicaron encuestas a un total de 378 empleados que laboran en las 150 microempresas y a 378 clientes de este importante sector de la economía lamanense.

### **Cálculo del coeficiente de proporcionalidad**

Con el propósito de conocer la cantidad de micro empresas a investigar por cada uno de los estratos, se procede al cálculo del coeficiente de proporcionalidad, que se detalla.

#### **Fórmula**

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{150}{3830}$$

$$f = 0,03916449086$$

*Cuadro 3. Distribución de la muestra por estratos.*

<b>Actividades comerciales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Coefficiente</b>	<b>Muestra</b>
Venta al por mayor y menor de abonos, fertilizantes, alimentos de mascotas y productos veterinarios	47	0,03916449	2
Venta de animales vivos, productos cárnicos, incluidos de corral	241	0,03916449	9
Venta al por mayor de productos de bazar en general, perfumería, bisutería, prendas de vestir y peletería	1059	0,03916449	42
Venta al por mayor y menor de artículos de ferretería	98	0,03916449	4
Venta al por mayor y menor de computadoras, programas informáticos y equipo periférico	54	0,03916449	2
Venta al por mayor y menor de productos alimenticios	1322	0,03916449	52
Ventas al por mayor y menor de calzado y material de zapatería	43	0,03916449	2
Venta al por mayor y menor de mariscos	60	0,03916449	2
Venta al por mayor y menor de combustibles, grasas, lubricantes y aceites	125	0,03916449	5
Venta al por mayor y menor de flores y plantas	23	0,03916449	1
Venta al por mayor de desperdicios y desechos, chatarra	37	0,03916449	1
Venta al por mayor y menor de artículos de oficina y papelería	161	0,03916449	6
Venta al por mayor y menor de materiales de construcción: piedra,	19	0,03916449	1
Venta al por mayor y menor de alfombras, tapices, colchones	50	0,03916449	2
Venta al por mayor y menor de productos medicinales (naturistas)	55	0,03916449	2
Venta al por menor de bebidas alcohólicas	103	0,03916449	4
Venta al por menor de electrodomésticos	70	0,03916449	3
venta al por menor de productos farmacéuticos	30	0,03916449	1
Venta al por menor de recargas y tarjetas electrónicas	74	0,03916449	3
Venta al por menor de fuel, gas en bombona	88	0,03916449	3
Venta al por mayor de diversos artículos de especialización	21	0,03916449	1
Otros	50	0,03916449	2
<b>TOTAL</b>	<b>3.830</b>	<b>0,03916449</b>	<b>150</b>

Fuente: Archivos del SRI, La Maná, noviembre del 2019

Elaborado por: Los autores

## 11. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 11.1. Los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional en las micro empresas comerciales del cantón La Maná.

#### Categoría: Liderazgo

**Pregunta 1.** Considera usted que el carisma y la empatía que muestran los directivos con el personal de las micro empresas es:

**Pregunta 2.** Considera usted que el personal directivo y administrativo le inspira amabilidad, confianza y poder de motivación y decisión.

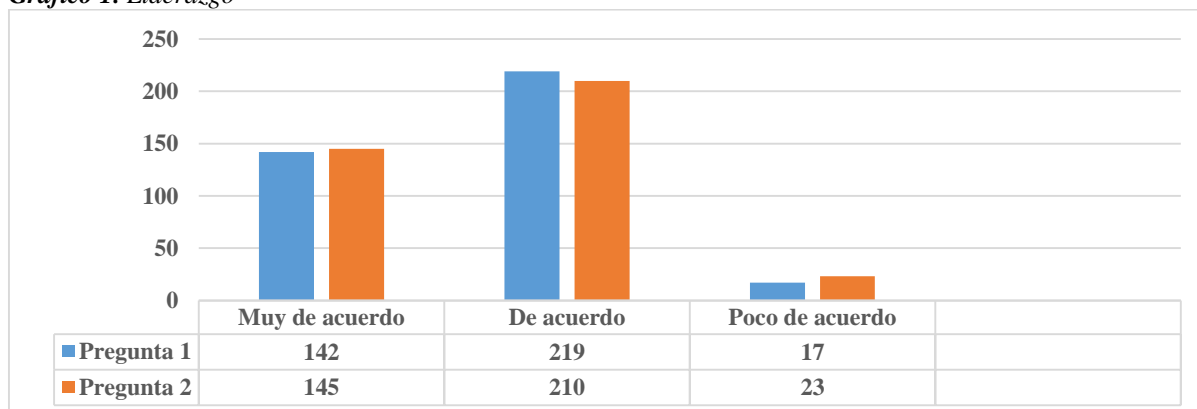
*Cuadro 4. Liderazgo ejercido por los directivos de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 1	Pregunta 2
Muy de acuerdo	142	145
De acuerdo	219	210
Poco de acuerdo	17	23
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

*Gráfico 1. Liderazgo*



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

#### Análisis e interpretación

Al efectuar un análisis comparativo entre los resultados de las encuestas efectuadas a los empleados de las microempresas, de los 378 encuestados, 219 manifiestan que están de acuerdo en su carisma y empatía al personal de la microempresa de parte de los directivos, 142 opinan que están muy de acuerdo y solamente 17 indican estar poco de acuerdo. De igual forma 210 encuestados opinan estar de acuerdo en que los directivos les inspiran amabilidad, confianza y poder de motivación y decisión, muy de acuerdo un total de 145 encuestados. Permitiendo conocer sus fortalezas y aprovechar las oportunidades por mejorar e interactuar con el personal a su cargo.



## Categoría: Motivación

**Pregunta 3.** Considera usted los directivos de las micro empresas que usted labora muestran responsabilidad en el desarrollo de sus funciones directivas y propician su progreso personal y profesional.

**Pregunta 4.** Considera usted que el ambiente de trabajo existente entre los miembros de la organización está estrechamente ligado a la motivación de los empleados.

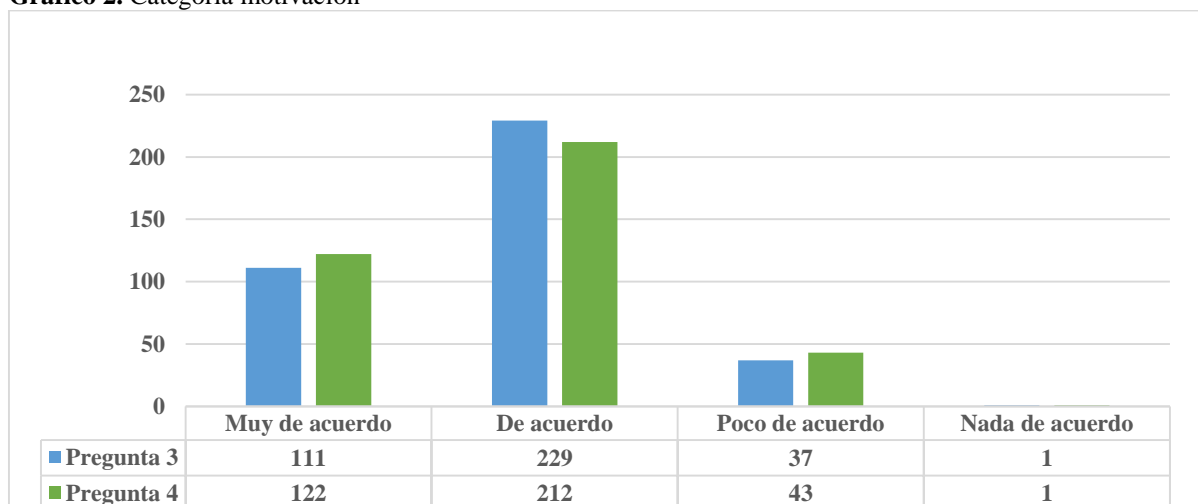
*Cuadro 5. Nivel de motivación de los directivos de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 3	Pregunta 4
Muy de acuerdo	111	122
De acuerdo	229	212
Poco de acuerdo	37	43
Nada de acuerdo	1	1
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 2.** Categoría motivación



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

## Análisis e interpretación

En lo que respecta a la muestra de responsabilidad de los directivos en el desarrollo de sus funciones la encuesta realizada a 378 empleados, 229 de ellos consideran que están de acuerdo, 111 muy de acuerdo, poco de acuerdo un total de 37 encuestados. En segundo orden de los 378 empleados, un total de 212 manifestaron estar de acuerdo con el ambiente de trabajo existente entre los miembros de la organización, 122 muy de acuerdo, 43 poco de acuerdo y solo 1 nada de acuerdo. Esto les permite tener una mayor motivación para un mejor desenvolvimiento en su área de trabajo.

### Categoría: Estimulación laboral

**Pregunta 5.** La colaboración y comportamiento positivo puesto de manifiesto al momento de hacer su trabajo es reconocido por los directivos en la generación de un buen ambiente laboral.

**Pregunta 6.** El nivel de reconocimiento de parte de los directivos en la superación personal de los colaboradores en el desarrollo de su trabajo es considerado como:

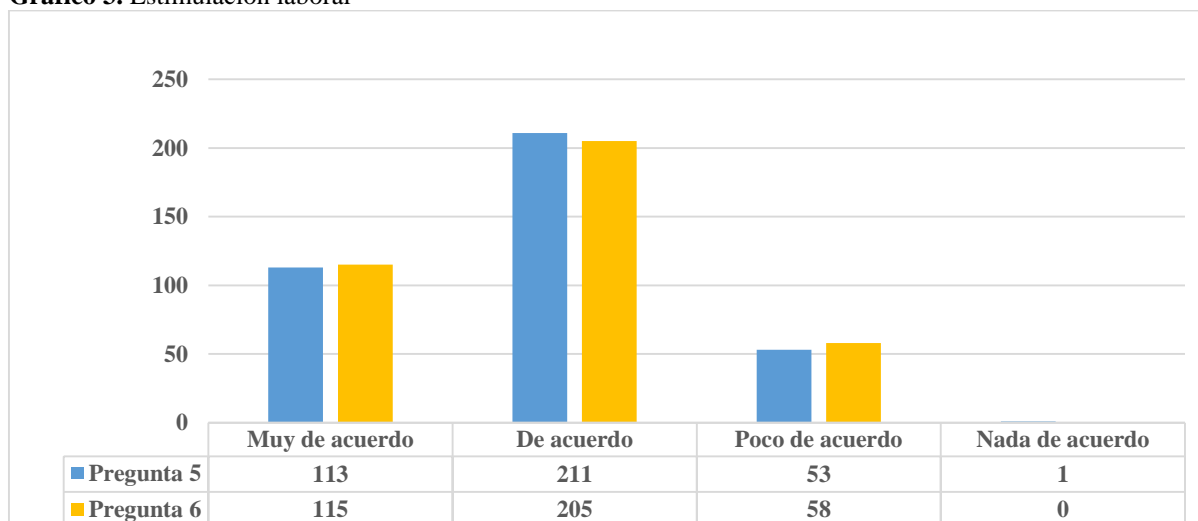
*Cuadro 6. Estimulación laboral de los directivos de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 5	Pregunta 6
Muy de acuerdo	113	115
De acuerdo	211	205
Poco de acuerdo	53	58
Nada de acuerdo	1	0
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 3.** Estimulación laboral



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

Al analizar los datos obtenidos de las 378 encuestas sobre los trabajos reconocidos por los directivos en la generación de un buen ambiente laboral 211 encuestados opinaron que están de acuerdo, 113 muy de acuerdo, y sostienen estar poco de acuerdo 53 de los encuestados. El reconocimiento de parte de los directivos ayuda a ampliar la satisfacción de los empleados y a mejorar la productividad empresarial. Según el nivel de reconocimiento de parte de los directivos de acuerdo en la superación personal de los colaboradores en el desarrollo de su trabajo del total de 378 empleados consultados, 205 opinaron que están de acuerdo, 115 manifiestan estar muy de acuerdo y 58 sostienen estar poco de acuerdo.

### Categoría: Atención personal e individual

**Pregunta 7.** Consideras que la atención personalizada brindada por los directivos de la empresa a las necesidades del personal es:

**Pregunta 8.** Al existir inquietudes acerca de las características de los productos la importancia que brindan los directivos a este requerimiento es:

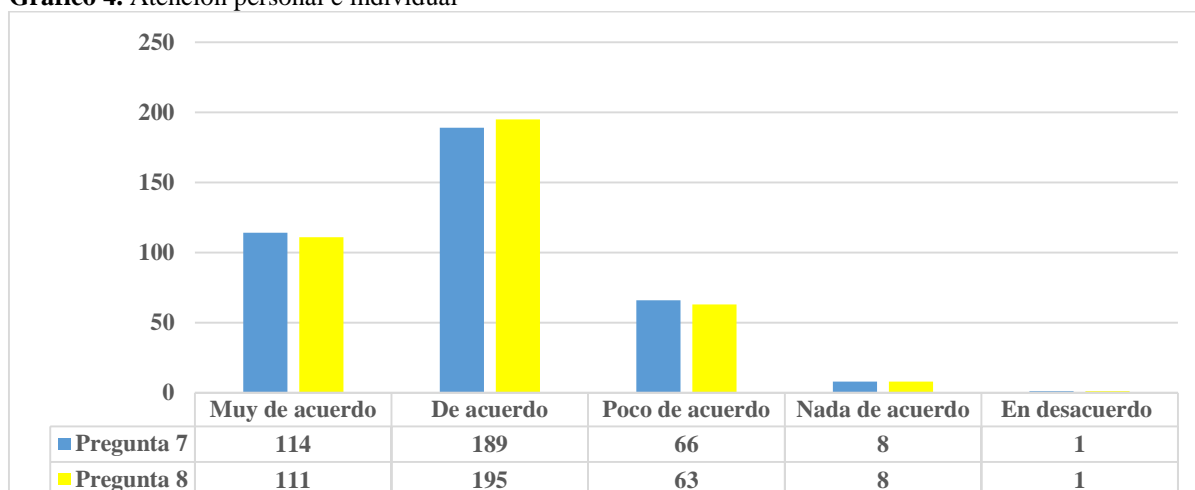
*Cuadro 7. Atención personal e individual ejercido por los directos de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 7	Pregunta 8
Muy de acuerdo	114	111
De acuerdo	189	195
Poco de acuerdo	66	63
Nada de acuerdo	8	8
En desacuerdo	1	1
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 4.** Atención personal e individual



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos durante el proceso de investigación, de la población consultada, 189 consultados sostienen que sí están de acuerdo con la atención personalizada brindada por los directivos de la empresa a las necesidades del personal, mientras que 114 dicen están muy de acuerdo; y tan solo 66 de los casos indican estar poco de acuerdo; lo que refleja que en su mayoría la población objeto de estudio sus criterios son favorables. Frente a la otra pregunta planteada, 195 encuestados están de acuerdo en que los directivos si brindar la importancia a las inquietudes en lo referente a las características de los productos que se ofertan, 111 sostienen estar muy de acuerdo y tan solo 63 plantean estar poco de acuerdo.

## Categoría: Sistema de recompensa

**Pregunta 9.** Por el cumplimiento eficiente de sus funciones operativas en la empresa, los directivos brindan incentivos monetarios que motiven su labor en la organización.

**Pregunta 10.** Los directivos brindan compensaciones no monetarias tales como: recompensa, premio, reconocimiento o gratificación por la labor ejercida por los empleados.

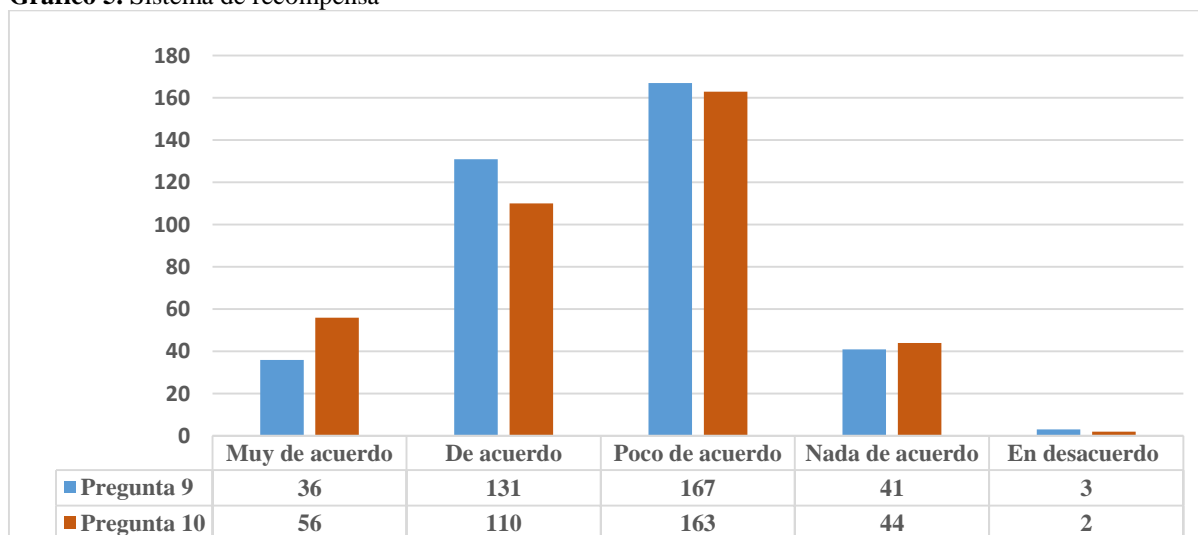
*Cuadro 8. Sistema de recompensa por parte de los directivos de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 9	Pregunta 10
Muy de acuerdo	36	56
De acuerdo	131	110
Poco de acuerdo	167	163
Nada de acuerdo	41	44
En desacuerdo	3	2
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 5.** Sistema de recompensa



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

## Análisis e interpretación

Según la información obtenida de los 378 encuestados, 167 encuestados manifestaron que están poco de acuerdo que los directivos brinden incentivos monetarios para motivar su labor en la organización, 131 manifiestan que están de acuerdo, nada de acuerdo 41 casos y tan solo 36 sostienen estar muy de acuerdo. Son importantes los incentivos para que los empleados sigan siendo más productivos y estén satisfechos en el puesto de trabajo. En referencia a las compensaciones no monetarias, 163 opinaron que están poco de acuerdo, 110 de los casos plantean estar de acuerdo y tan solo 56 encuestados manifiestan estar muy de acuerdo.

## Categoría: Nivel de información

**Pregunta 11.** Los mecanismos de comunicación en la empresa facilitan que la información impartida sea de calidad, fiabilidad, exactitud y consistencia.

**Pregunta 12.** La información que se expende en la empresa permite o facilita la satisfacción del cliente, ya que se trata de quien entra en contacto con los datos de forma directa.

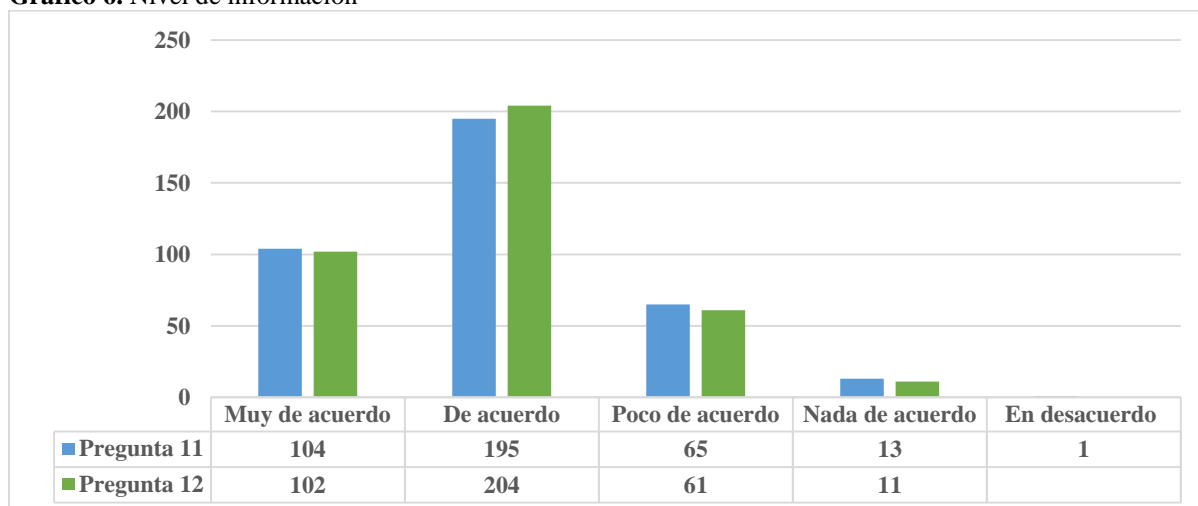
*Cuadro 9. Niveles de información ejercidos por los directivos de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 11	Pregunta 12
Muy de acuerdo	104	102
De acuerdo	195	204
Poco de acuerdo	65	61
Nada de acuerdo	13	11
En desacuerdo	1	0
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 6.** Nivel de información



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

## Análisis e interpretación

Al realizar la encuesta a 378 personas, 195 están de acuerdo debido a que indican que la comunicación en la empresa facilita que la información impartida sea de calidad, 104 sostienen estar muy de acuerdo, 65 poco de acuerdo y tan solo 13 nada acuerdo. En referencia a la otra pregunta, 204 de los encuestados manifiestan estar de acuerdo con que la información que la empresa proporciona le brinda satisfacción al cliente, 102 casos indican estar muy de acuerdo, 61 de ellos poco de acuerdo, y 11 plantean estar nada de acuerdo con este elemento.

## Categoría: Trabajo en equipo

**Pregunta 13.** Considera usted que se ha generado un verdadero equipo de trabajo entre los miembros de la organización que permite brindar un servicio de calidad y calidez.

**Pregunta 14.** La alta dirección promueve o motiva la responsabilidad y el compromiso mutuo entre los miembros de la organización.

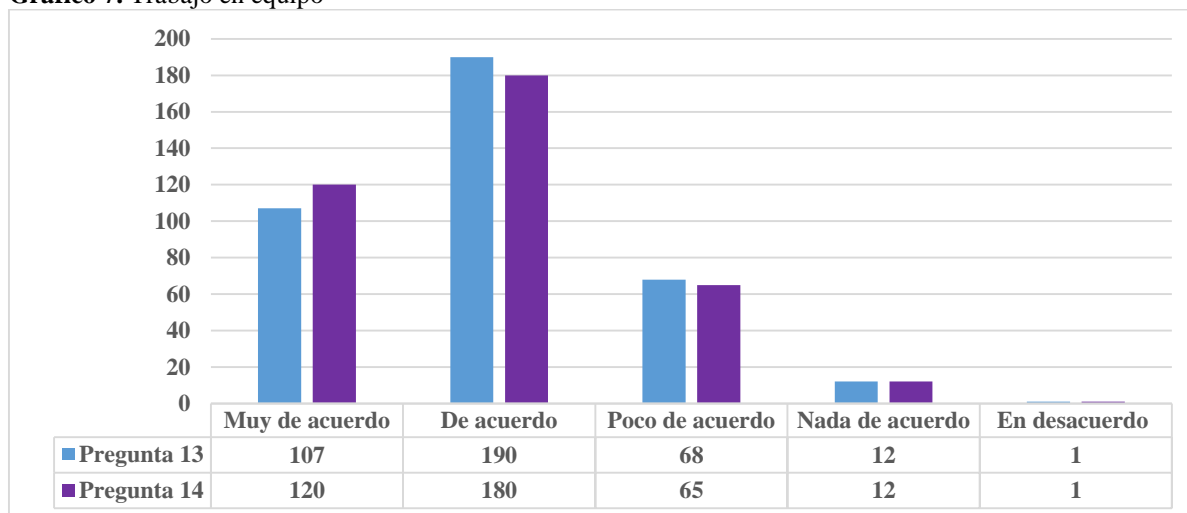
**Cuadro 10. Equipos de trabajos promovidos por los directivos de las microempresas.**

Opciones	Pregunta 13	Pregunta 14
Muy de acuerdo	107	120
De acuerdo	190	180
Poco de acuerdo	68	65
Nada de acuerdo	12	12
En desacuerdo	1	1
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020

Elaborado por: Los autores

**Gráfico 7. Trabajo en equipo**



Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020

Elaborado por: Los autores

## Análisis e interpretación

De los 378 encuestados (190) están de acuerdo que se ha generado un verdadero equipo de trabajo que permite brindar un servicio de calidad y calidez, muy de acuerdo (107), poco de acuerdo (68), nada de acuerdo (12), y en desacuerdo (1). Los (180) encuestados estuvieron de acuerdo que un alto gerente motiva la responsabilidad y el compromiso mutuo dentro de la organización, (120) opinaron que están muy de acuerdo, (65) poco de acuerdo, (12) nada de acuerdo y en desacuerdo (1). Es la encargada de establecer las metas de la organización, para lograrlas los directivos deben motivar a los miembros de la organización, mejorar la comunicación y fomentar una cultura empresarial de creatividad e innovación.

## Categoría: Habilidades organizativas

**Pregunta 15.** Existe una programación previa que implica la asignación de un período de tiempo para tareas específicas o carga laboral, y la asignación de tareas a ciertos empleados.

**Pregunta 16.** Los directivos aplican estrategias de gestión o evaluación en el cumplimiento de las tareas y uso de los recursos a las tareas encomendadas a los empleados.

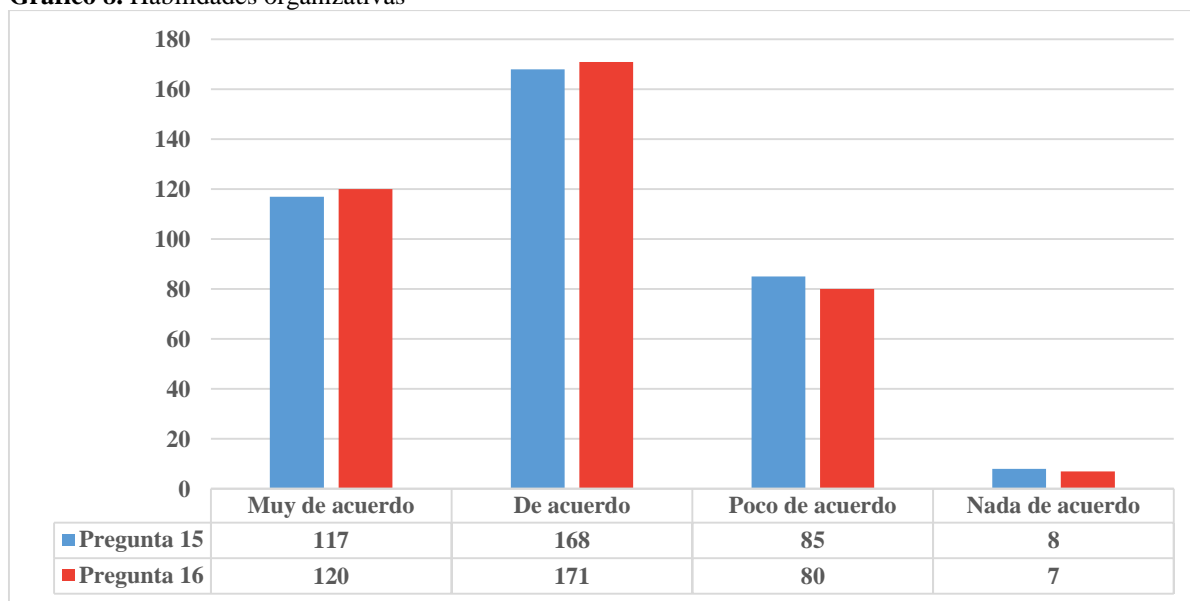
**Cuadro 11. Habilidades organizativas promovidas por los directivos de microempresas.**

Opciones	Pregunta 15	Pregunta 16
Muy de acuerdo	117	120
De acuerdo	168	171
Poco de acuerdo	85	80
Nada de acuerdo	8	7
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 8. Habilidades organizativas**



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

## Análisis e interpretación

Del resultado de las encuestas aplicadas, 168 encuestados opinan que están de acuerdo que exista un periodo de tiempo para tareas o carga laboral y se les asigne tareas a ciertos empleados, muy de acuerdo sostienen 117 encuestados, poco de acuerdo indican un total 85 de los casos. En lo relacionado a que los directivos deben aplicar estrategias de gestión encomendados a los empleados, un total de 171 encuestados manifiestan estar de acuerdo, 120 de ellos indican estar de acuerdo y poco de acuerdo un total de 80 de los encuestados.

### Categoría: Compromiso de la dirección

**Pregunta 17.** El estableciendo de la política y los objetivos de calidad desde la alta gerencia, ha permitido brindar satisfacción en los empleados y los clientes de la empresa.

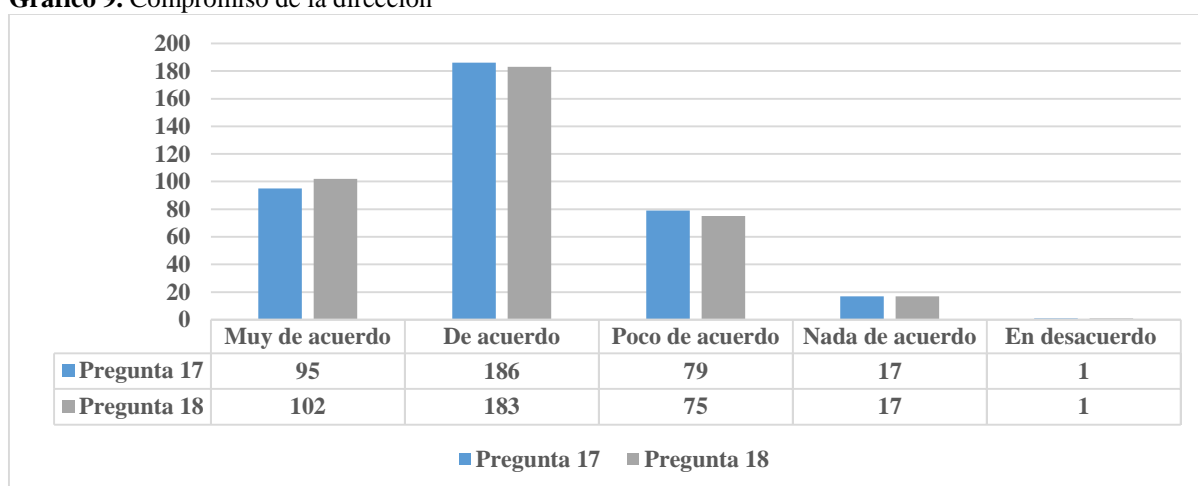
**Pregunta 18.** El nivel de liderazgo y compromiso propiciado desde la alta dirección es sustentado en la aplicación de reglas y normas de procedimientos es considerado como:

*Cuadro 12. Compromiso de la alta dirección de las microempresas comerciales.*

Opciones	Pregunta 17	Pregunta 18
Muy de acuerdo	95	102
De acuerdo	186	183
Poco de acuerdo	79	75
Nada de acuerdo	17	17
En desacuerdo	1	1
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 9.** Compromiso de la dirección



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas a 378 personas, manifestaron 186 de los encuestados estar de acuerdo en las políticas establecidas desde la alta gerencia permitiendo la satisfacción en los empleados y clientes de la empresa, 95 opinaron estar muy de acuerdo, poco de acuerdo un total de 79 consultados y tan solo 17 casos indican estar nada de acuerdo. Establecer un propósito es común, así como dirigir e involucrar a los colaboradores, es como se alinean las estrategias, las políticas, los procesos y los recursos para la consecución de los objetivos. En lo referente al liderazgo desde la alta dirección opinaron que 183 personas están de acuerdo, 102 casos muy de acuerdo, 75 poco de acuerdo, y solo 17 casos plantean estar nada de acuerdo. Desde la alta dirección es de donde comienza el liderazgo y compromiso con el sistema de gestión.



### Categoría: Empowerment (relación empleado-directivo)

**Pregunta 19.** La alta dirección de la empresa promueve la aplicación de un liderazgo democrático en la toma de decisiones al interior de la organización.

**Pregunta 20.** La alta gerencia brinda las facilidades para que todos los miembros del equipo conozcan la información que se maneja y participen en la toma de decisiones.

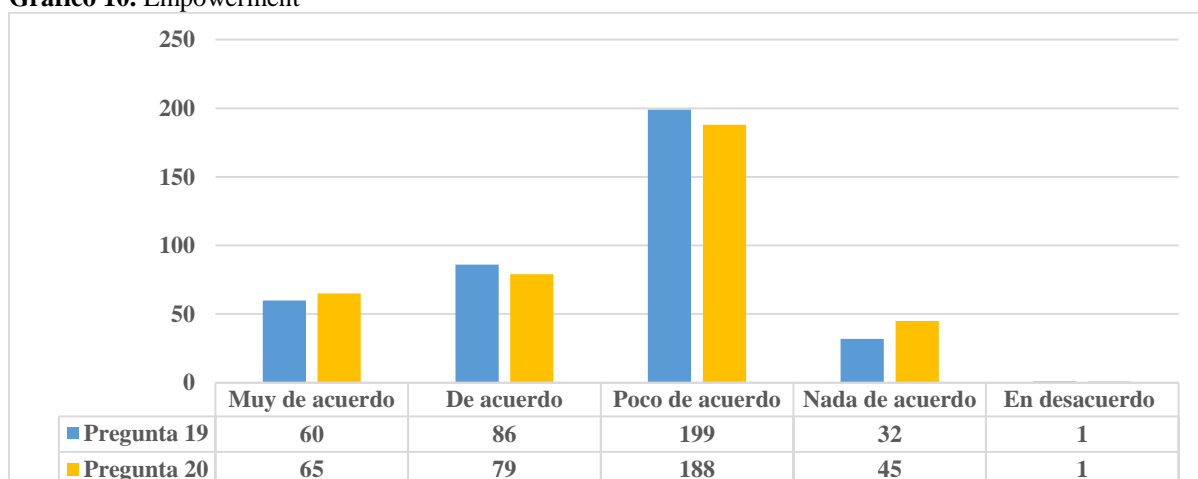
*Cuadro 13. Nivel de relación empleados y directivos de las microempresas comerciales.*

Opciones	Pregunta 19	Pregunta 20
Muy de acuerdo	60	65
De acuerdo	86	79
Poco de acuerdo	199	188
Nada de acuerdo	32	45
En desacuerdo	1	1
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 10.** Empowerment



*Fuente: Encuesta a los empleados de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

Al ser consultados si la alta dirección de la empresa promueve la aplicación de un liderazgo democrático, de los 318 encuestados, 199 personas opinaron que están poco de acuerdo con este aspecto, mientras que 86 casos manifestaron estar de acuerdo y 60 indican estar muy de acuerdo. El liderazgo ayuda a enriquecer la toma de decisiones, ya que estos disponen de la información concreta necesaria. En relación a la siguiente pregunta, 188 encuestados opinaron estar poco de acuerdo en las facilidades para que los miembros del equipo conozcan la información que se maneja y participe en la toma de decisiones, 79 manifiestan estar de acuerdo, 65 de ellos opinan estar muy de acuerdo, y tan solo 45 consultados plantean estar nada de acuerdo con este aspecto.

## 11.2. La calidad en el servicio y satisfacción en los clientes como resultados logrados en las microempresas comerciales del cantón La Maná.

### Variable: Calidad de servicio

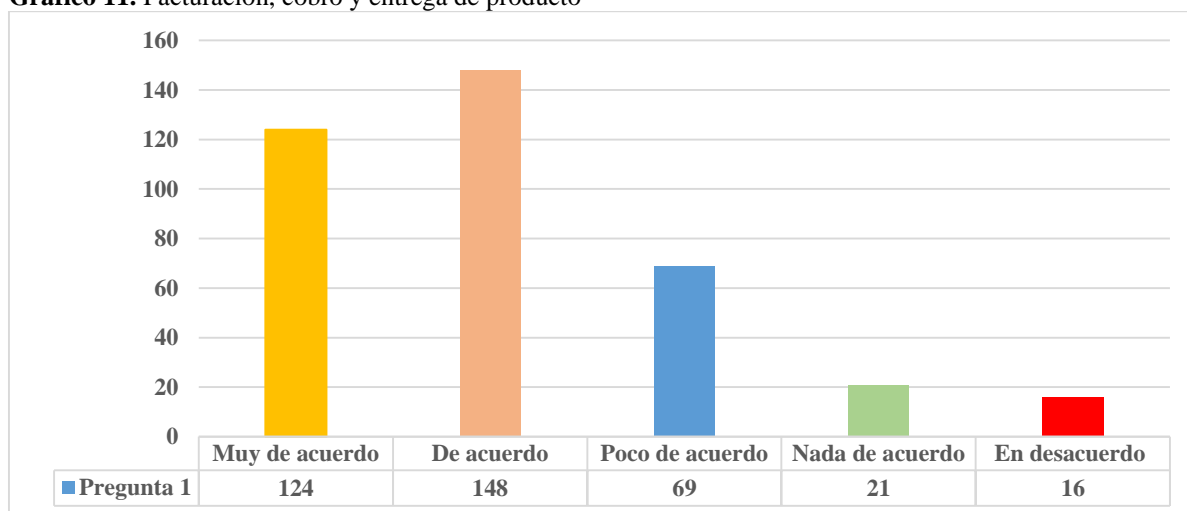
**Pregunta 1.** La facturación de tus pedidos, así como el cobro y entrega del producto de la última compra fue:

*Cuadro 14. Percepción del servicio de facturación, cobro y entrega de los productos.*

Opciones	Pregunta 1
Muy de acuerdo	124
De acuerdo	148
Poco de acuerdo	69
Nada de acuerdo	21
En desacuerdo	16
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 11.** Facturación, cobro y entrega de producto



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas a 378 personas, en relación a la facturación los pedidos, cobro y la entrega de la última compra realizada en las microempresas, un total de 148 encuestados manifestaron que están de acuerdo con esta política empresarial, 124 personas opinaron estar muy de acuerdo, frente a 69 que sostienen estar poco de acuerdo 21 y 16 personas manifiestan estar nada de acuerdo y en desacuerdo, respectivamente.

**Pregunta 2.** Consideras que el orden, la disciplina y la higiene en la empresa es la adecuada.

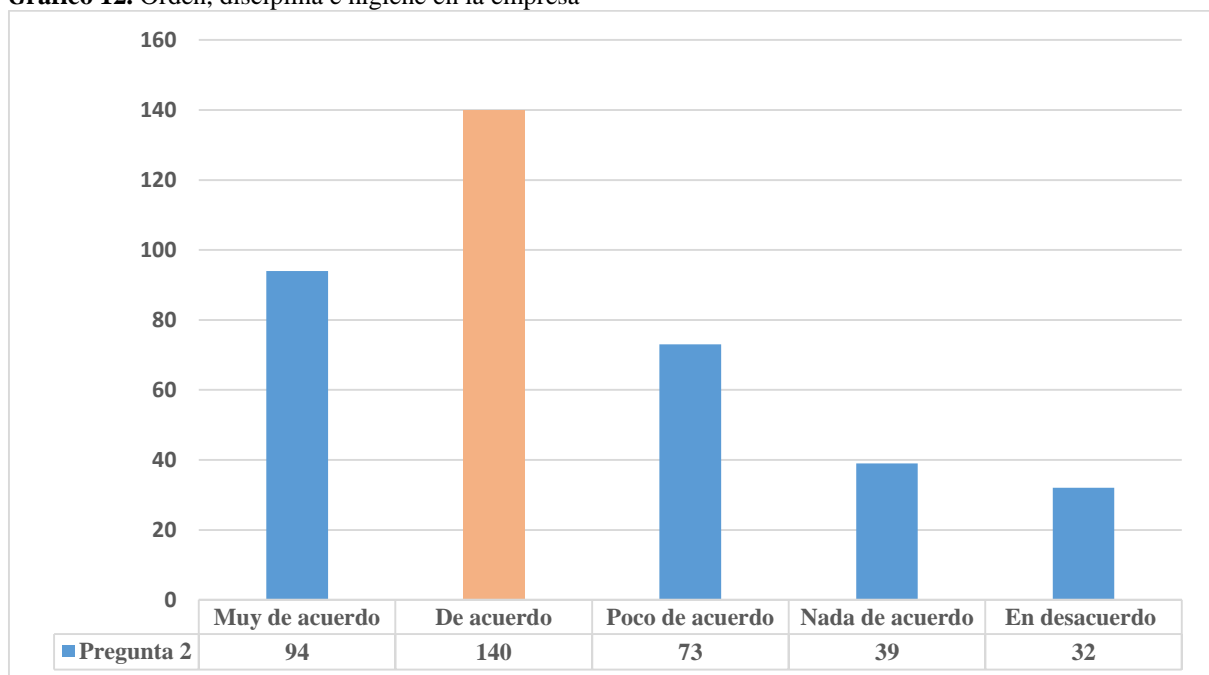
**Cuadro 15. Percepción del orden, la disciplina y la higiene en las microempresas**

Opciones	Pregunta 2
Muy de acuerdo	94
De acuerdo	140
Poco de acuerdo	73
Nada de acuerdo	39
En desacuerdo	32
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 12.** Orden, disciplina e higiene en la empresa



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

Al consultarse sobre cómo perciben el orden, la disciplina y la higiene al interior de la empresa, de los 378 encuestados, un total de 140 opinaron estar de acuerdo, 94 dieron a conocer que están muy de acuerdo, 73 plantaron estar poco de acuerdo, y nada de acuerdo y en desacuerdo un total de 39 y 32 encuestados respectivamente.

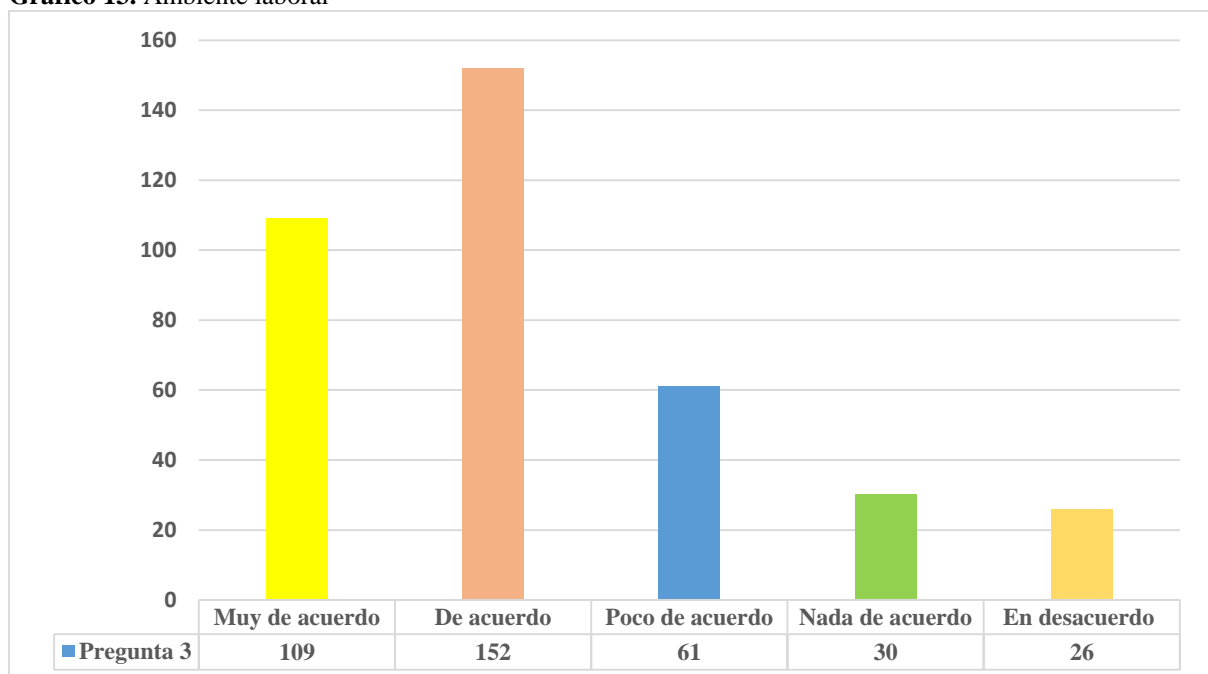
**Pregunta 3.** El ambiente laboral, así como la organización de la empresa permite brindar un buen servicio y logra satisfacción en la clientela.

**Cuadro 16. Percepción de la organización y el ambiente laboral en las microempresas.**

Opciones	Pregunta 3
Muy de acuerdo	109
De acuerdo	152
Poco de acuerdo	61
Nada de acuerdo	30
En desacuerdo	26
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 13. Ambiente laboral**



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

De las 378 personas encuestadas (152) están de acuerdo con el ambiente laboral de la empresa porque permite brindar un buen servicio y de esta forma lograr que la clientela quede satisfecha, (109) manifestaron que están muy de acuerdo, (61) poco de acuerdo, (30) nada de acuerdo y (26) en desacuerdo.

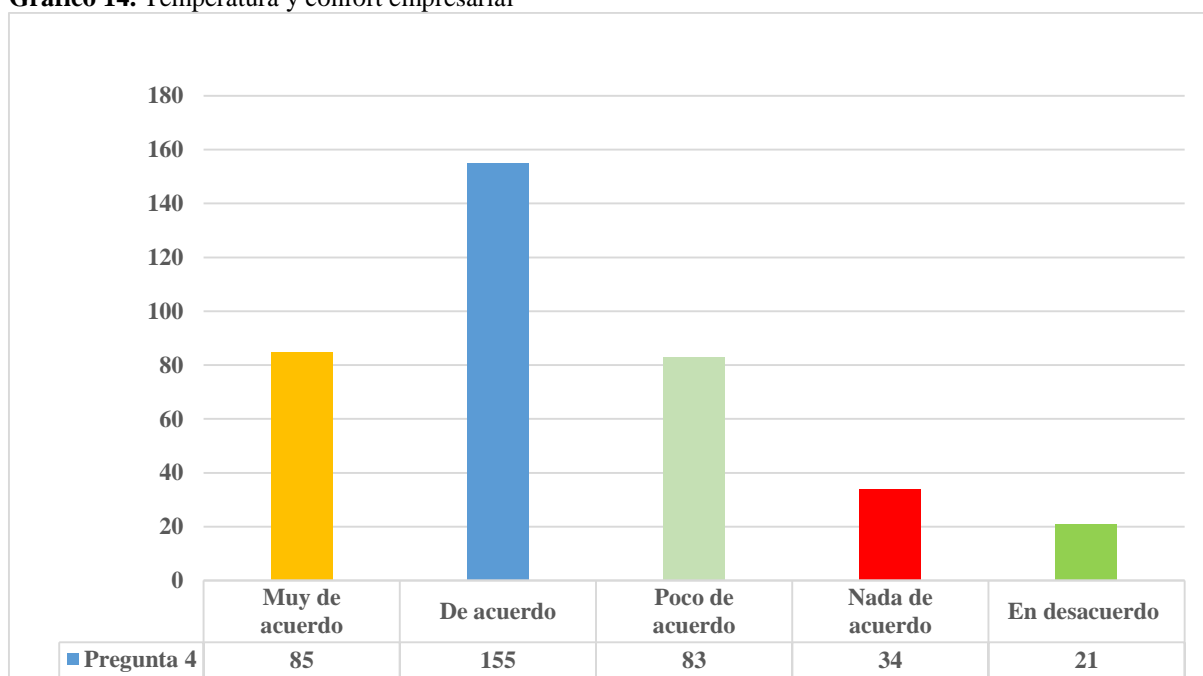
**Pregunta 4.** Consideras que el nivel de temperatura ambiental y el ambiente en la empresa es la adecuada para realizar tus compras.

*Cuadro 17. Percepción de la temperatura y el confort empresarial en las microempresas.*

Opciones	Pregunta 4
Muy de acuerdo	85
De acuerdo	155
Poco de acuerdo	83
Nada de acuerdo	34
En desacuerdo	21
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 14.** Temperatura y confort empresarial



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas (155) personas opinaron estar de acuerdo en el nivel de temperatura ambiental para poder realizar las compras de una forma adecuada, (85) manifestaron que estaban muy de acuerdo, (83) personas poco de acuerdo, (34) nada de acuerdo y (21) están en desacuerdo.

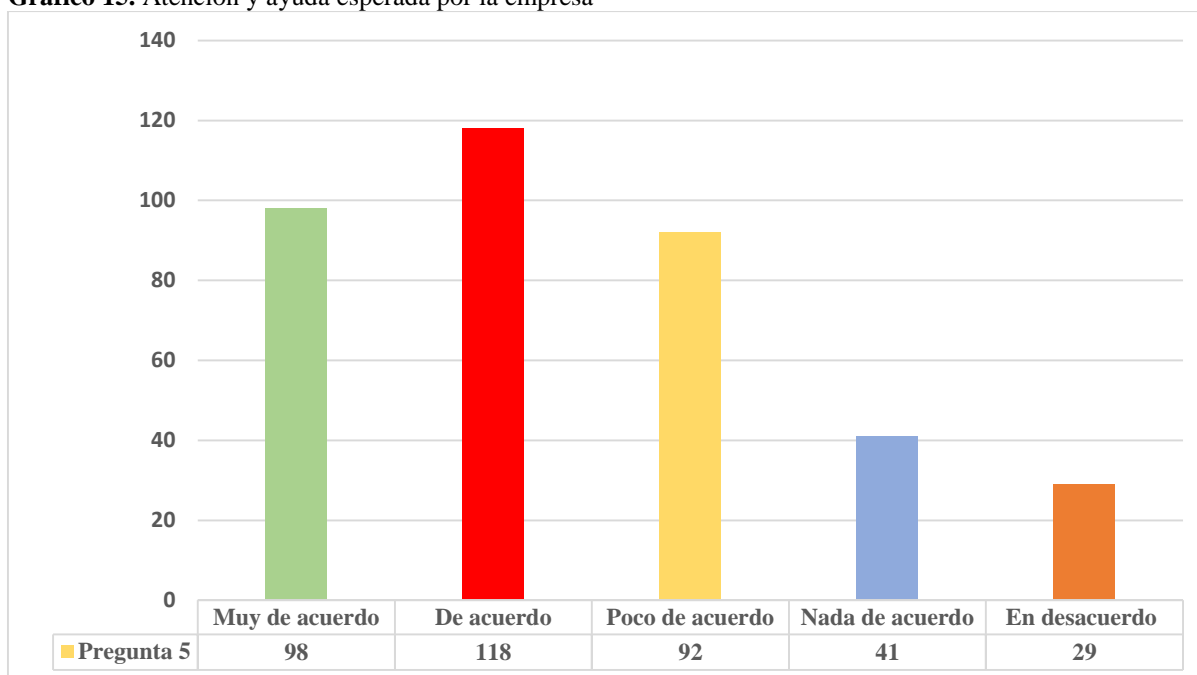
**Pregunta 5.** Cuando compraste un producto y no era de la calidad y condiciones esperadas, recibiste la atención y ayuda esperada en la empresa.

**Cuadro 18. Percepción de la atención y ayuda esperada en las microempresas.**

Opciones	Pregunta 5
Muy de acuerdo	98
De acuerdo	118
Poco de acuerdo	92
Nada de acuerdo	41
En desacuerdo	29
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 15.** Atención y ayuda esperada por la empresa



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

En lo referente a la atención y ayuda esperada por la empresa al momento de adquirir un producto no es de calidad las personas encuestadas manifestaron que 118 están de acuerdo, 98 muy de acuerdo, 92 poco de acuerdo, 41 nada de acuerdo y 29 en desacuerdo.

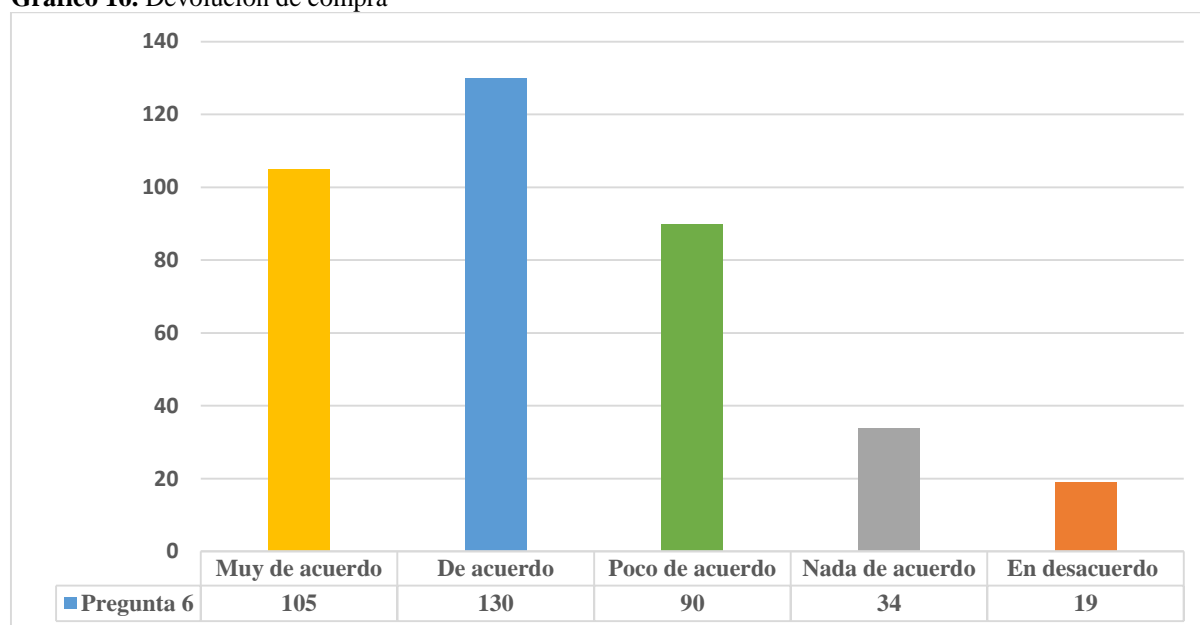
**Pregunta 6.** Cuando hiciste una devolución de la compra realizada, la calidad de atención recibida fue la esperada.

**Cuadro 19. Percepción del servicio de devolución de compras en las microempresas.**

Opciones	Pregunta 6
Muy de acuerdo	105
De acuerdo	130
Poco de acuerdo	90
Nada de acuerdo	34
En desacuerdo	19
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 16.** Devolución de compra



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

Del resultado de las encuestas aplicadas a un total de 378 clientes, 130 de ellos opinaron que están de acuerdo que cuando se realiza una devolución en alguna compra la atención brindada por los integrantes de las empresas fue de buena calidad, muy de acuerdo sostienen 105 clientes, poco de acuerdo 90 de ellos y nada de acuerdo y en desacuerdo 34 y 19 clientes, respectivamente.

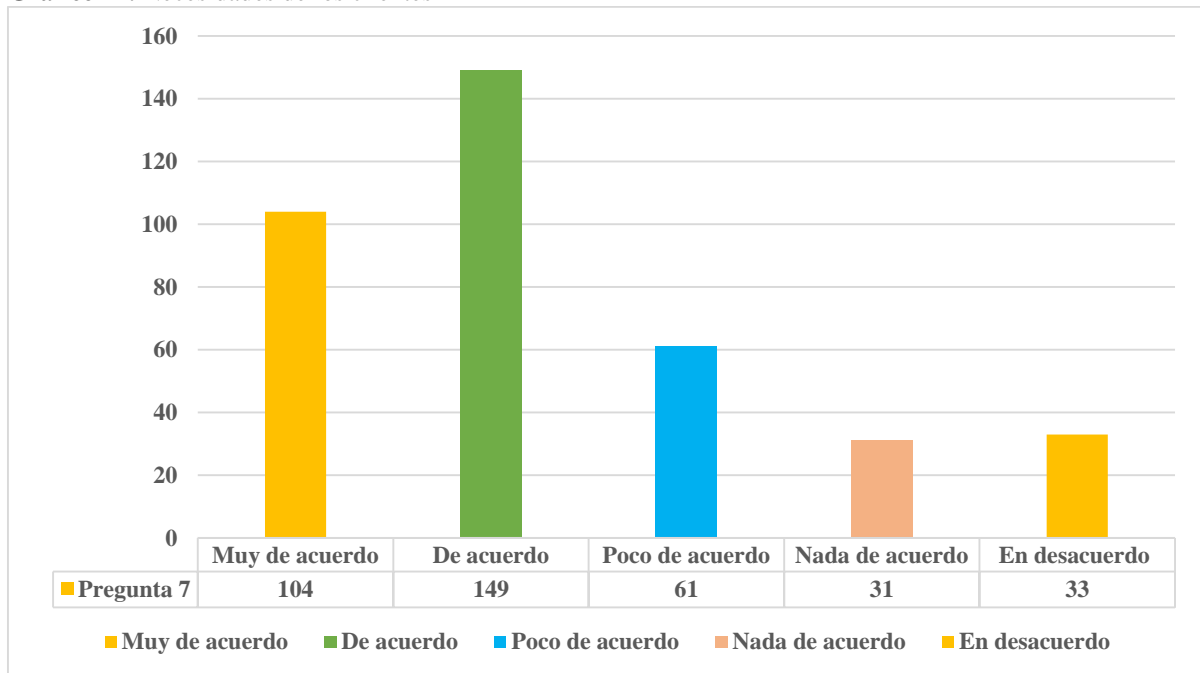
**Pregunta 7.** La variedad de productos que se mantienen en stock permite satisfacer las necesidades de los clientes.

*Cuadro 20. El stock de productos y la satisfacción en los clientes de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 7
Muy de acuerdo	104
De acuerdo	149
Poco de acuerdo	61
Nada de acuerdo	31
En desacuerdo	33
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 17.** Necesidades de los clientes



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas sobre la variedad de productos en satisfacer las necesidades de los clientes, 149 personas opinaron que están de acuerdo, 104 manifiestan que están muy de acuerdo, 61 poco de acuerdo, nada de acuerdo y en desacuerdo 31 y 33 clientes respectivamente.



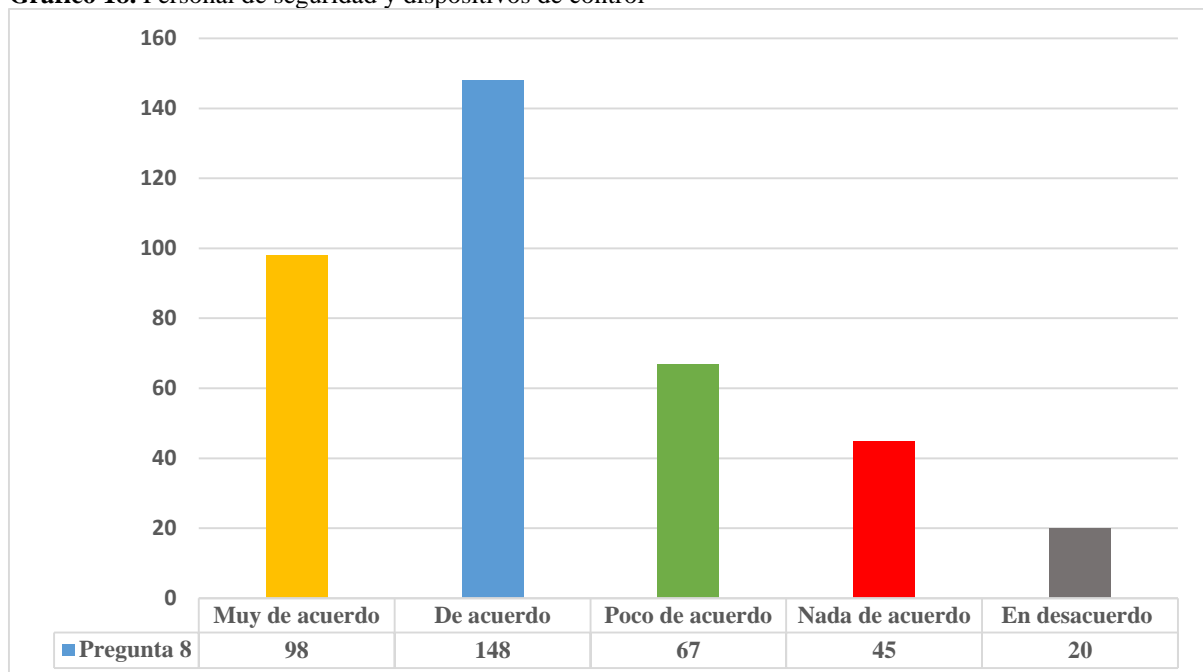
**Pregunta 8.** El personal de seguridad y los dispositivos de control es el adecuado para la protección del cliente y del establecimiento.

*Cuadro 21. Percepción de los servicios de seguridad en las microempresas comerciales.*

Opciones	Pregunta 8
Muy de acuerdo	98
De acuerdo	148
Poco de acuerdo	67
Nada de acuerdo	45
En desacuerdo	20
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 18.** Personal de seguridad y dispositivos de control



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

Por medio de las encuestas se pudo conocer que 148 personas sostienen estar de acuerdo en que la seguridad y los dispositivos de control en las microempresas es adecuada para poder proteger al cliente y el establecimiento, 98 indican estar muy de acuerdo, 67 clientes plantean estar poco de acuerdo, y 45 del total de los casos nada de acuerdo.

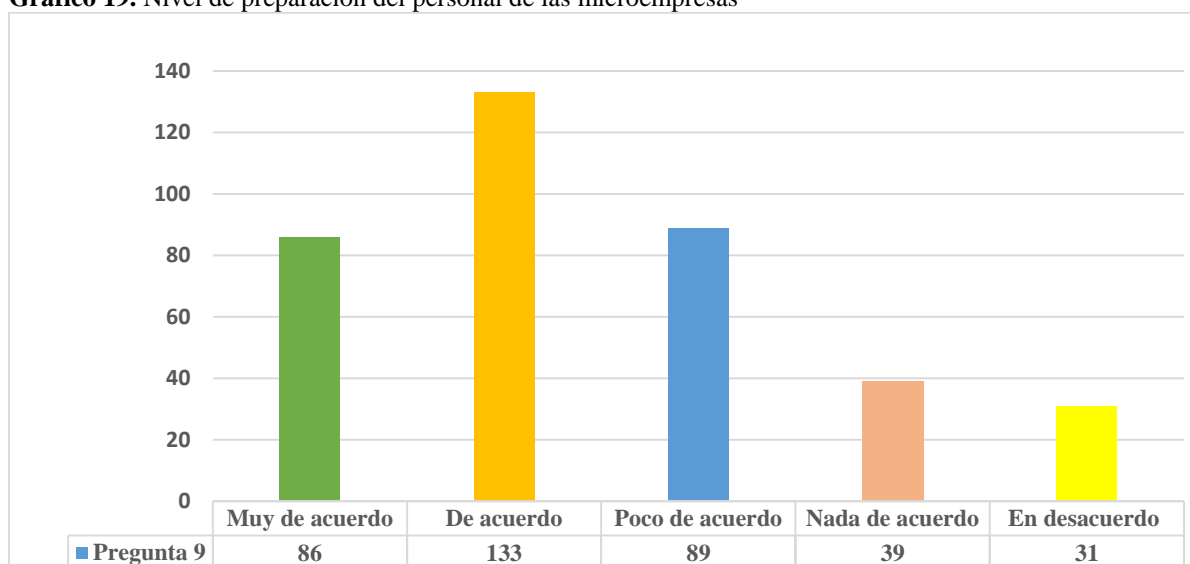
**Pregunta 9.** El nivel de preparación del personal que labora en las empresas en materia de calidad de servicio y atención a los clientes es el adecuado.

*Cuadro 22. Percepción del nivel de preparación del personal en las microempresas.*

Opciones	Pregunta 9
Muy de acuerdo	86
De acuerdo	133
Poco de acuerdo	89
Nada de acuerdo	39
En desacuerdo	31
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 19.** Nivel de preparación del personal de las microempresas



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

Al efectuar un análisis comparativo entre los resultados de las encuestas efectuadas a los 378 clientes, un total de 133 encuestados manifiestan que están de acuerdo con el nivel de preparación del personal que laboran en las empresas, 86 opinaron que están muy de acuerdo, frente a 89 cliente que manifiestan estar poco de acuerdo. Respondieron estar nada de acuerdo y en desacuerdo, 39 y 31 de los casos, respectivamente.

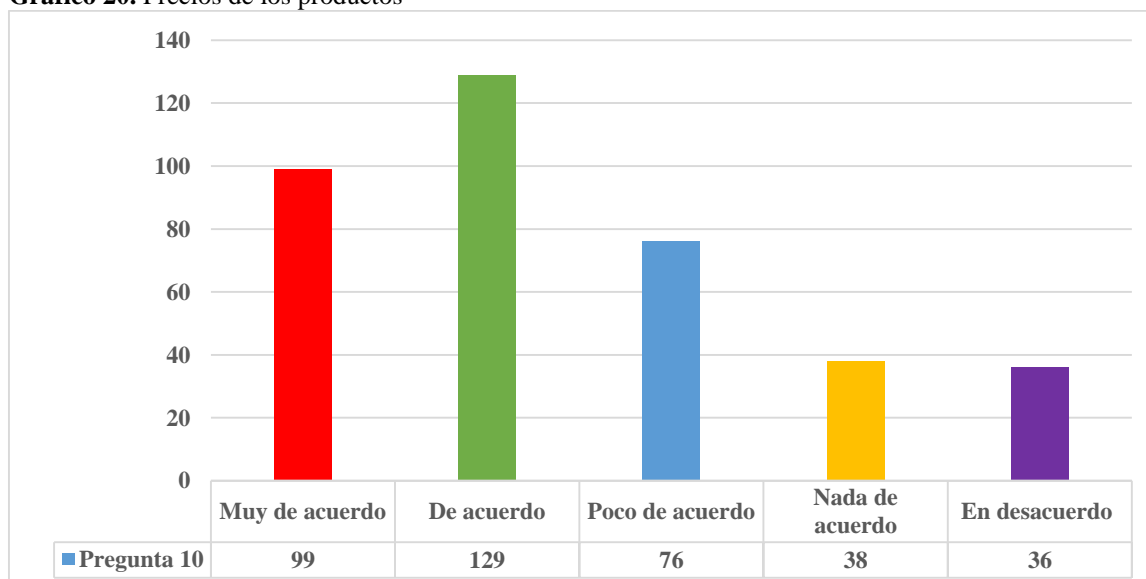
**Pregunta 10.** Los precios de venta que ofrece la empresa de los productos que oferta a sus clientes, están acorde al precio promedio del mercado.

*Cuadro 23. Percepción de los precios de los productos en las microempresas.*

Opciones	Pregunta 10
Muy de acuerdo	99
De acuerdo	129
Poco de acuerdo	76
Nada de acuerdo	38
En desacuerdo	36
<b>Totales</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 20.** Precios de los productos



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020  
Elaborado por: Los autores*

### **Análisis e interpretación**

Según la encuesta realizada a los 378 clientes de los establecimientos comerciales, 129 de ellos opinaron que están de acuerdo con los precios de venta que ofrece la empresa de los productos que oferta a sus clientes, sin embargo 99 clientes manifestaron que están muy de acuerdo con este aspecto y 76 sostienen estar poco de acuerdo. Nada de acuerdo y en desacuerdo respondieron un total de 38 y 36 clientes, respectivamente.

## Variable: Satisfacción de los clientes

### Categoría: Empatía

**Pregunta 1.** La empresa cuenta con personal directivo y operativo que genera confianza y seguridad en los clientes.

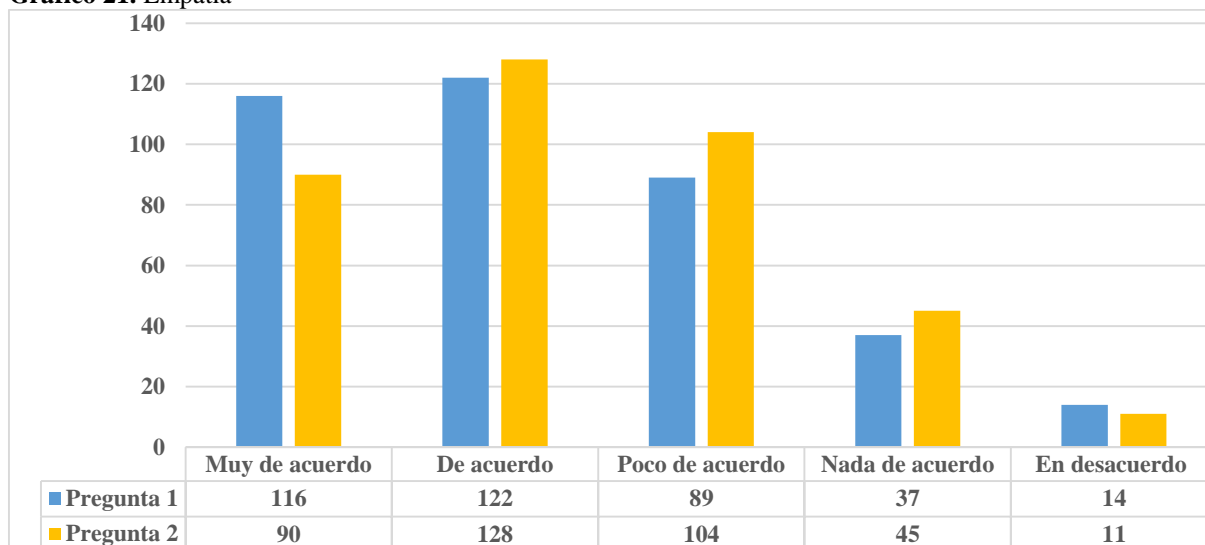
**Pregunta 2.** Los requerimientos y necesidades de los clientes son preocupación primordial en el establecimiento.

*Cuadro 24. Percepción de la empatía en los directivos y personal de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 1	Pregunta 2
Muy de acuerdo	116	90
De acuerdo	122	128
Poco de acuerdo	89	104
Nada de acuerdo	37	45
En desacuerdo	14	11
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 21.** Empatía



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

Del resultado de las encuestas aplicadas 122 clientes opinan que están de acuerdo que la empresa cuenta con personal directivo y operativo que genera confianza y seguridad en los clientes, muy de acuerdo plantearon un total de 116 clientes, poco de acuerdo 89 casos y nada de acuerdo un total de 37 clientes. Al ser consultados si los requerimientos y necesidades de los clientes son preocupación primordial en el establecimiento, estar de acuerdo manifiestan 128 clientes, 104 de los casos plantearon estar poco de acuerdo y muy de acuerdo un total de 90 clientes.

### Categoría: Fiabilidad

**Pregunta 3.** Existe confianza y seguridad de que sus pedidos o requerimientos sean atendidos con la mayor celeridad y prontitud de parte de los colaboradores de la empresa.

**Pregunta 4.** Existe la confianza y seguridad adecuada de parte del cliente en el momento de la facturación, valoración y despacho de los productos solicitados.

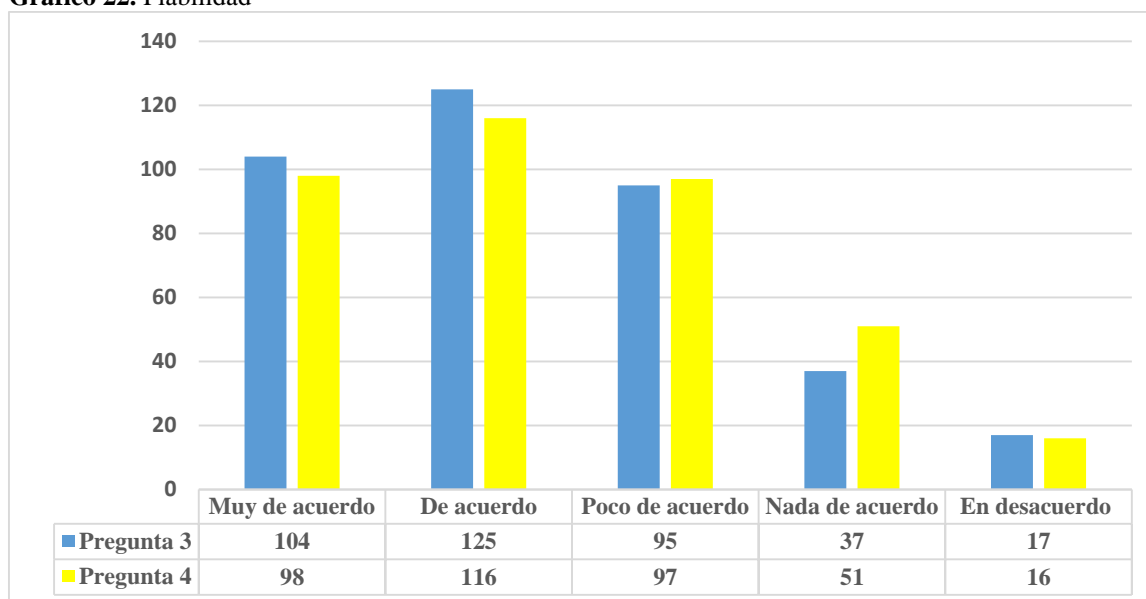
*Cuadro 25. Percepción de la confianza y seguridad de los clientes de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 3	Pregunta 4
Muy de acuerdo	104	98
De acuerdo	125	116
Poco de acuerdo	95	97
Nada de acuerdo	37	51
En desacuerdo	17	16
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 22.** Fiabilidad



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas a los 378 clientes de las microempresas comerciales, 125 clientes opinaron que están de acuerdo en la confianza y seguridad de parte de los colaboradores de la empresa para que sus pedidos sean atendidos, muy de acuerdo respondieron 104 clientes, poco de acuerdo 95 y nada de acuerdo un total de 37 clientes. En referencia a la seguridad y confianza al momento de la facturación 116 personas encuestados manifestaron que están de acuerdo con este aspecto, 98 opinaron estar muy de acuerdo, 97 poco de acuerdo. Nada de acuerdo respondieron 51 de los encuestados.

## Categoría: Responsabilidad

**Pregunta 5.** En la empresa existe total predisposición en la entrega de productos de alta calidad y con total control en la fecha de caducidad, según sea el caso.

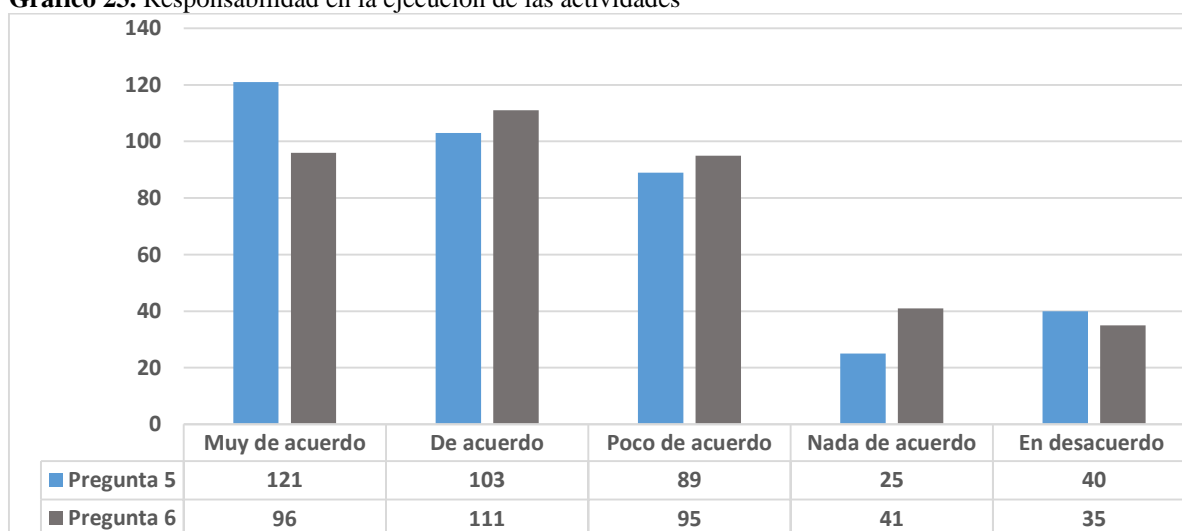
**Pregunta 6.** Los empleados de la empresa cuando están ocupados en otras actividades, priorizan la atención de las necesidades de los usuarios o clientes.

**Cuadro 26. Percepción en la responsabilidad de los colaboradores de las microempresas.**

Opciones	Pregunta 5	Pregunta 6
Muy de acuerdo	121	96
De acuerdo	103	111
Poco de acuerdo	89	95
Nada de acuerdo	25	41
En desacuerdo	40	35
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 23.** Responsabilidad en la ejecución de las actividades



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

## Análisis e interpretación

Los resultados de las encuestas aplicadas señalan que, 121 personas manifiestan estar muy de acuerdo en la predisposición en la entrega de productos de alta calidad, para de esta manera satisfacer sus necesidades, 103 consultados opinan que están de acuerdo, 89 responden estar poco de acuerdo, y en desacuerdo opinan 40 personas. (111) encuestados opinaron que están de acuerdo en cuanto a que los empleados priorizan las necesidades a los usuarios o clientes al momento de la atención, 96 dijeron estar muy de acuerdo, 95 clientes afirman estar poco de acuerdo. Nada de acuerdo y (35) en desacuerdo 41 y 35 casos respectivamente.

## Categoría: Seguridad y confianza

**Pregunta 7.** Siente seguridad y confianza en la facturación de sus pedidos, así como en el cobro y despacho de los productos adquiridos.

**Pregunta 8.** Los dispositivos de seguridad y control en la empresa, le generan confianza al cliente al momento de sus compras.

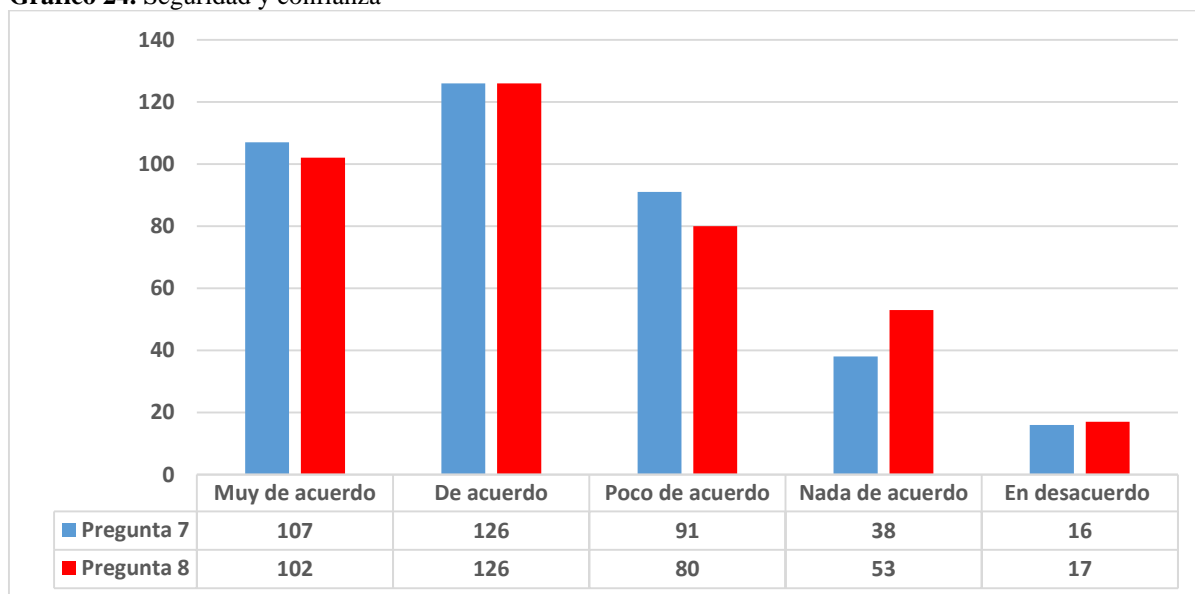
*Cuadro 27. Percepción de los dispositivos de seguridad y control en las microempresas.*

Opciones	Pregunta 7	Pregunta 8
Muy de acuerdo	107	102
De acuerdo	126	126
Poco de acuerdo	91	80
Nada de acuerdo	38	53
En desacuerdo	16	17
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 24.** Seguridad y confianza



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*

*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas, 126 personas opinaron estar de acuerdo con la seguridad en la facturación de los pedidos de productos adquiridos, 107 manifestaron que están muy de acuerdo, 91 poco de acuerdo. Solamente 38 sostienen estar nada de acuerdo y 16 en desacuerdo. En referencia con la seguridad y control que se da en la empresa al momento de realizar sus compras, 126 encuestados opinaron que están de acuerdo, mientras que 102 manifestaron estar muy de acuerdo, 80 poco de acuerdo. Respondieron estar nada de acuerdo y en desacuerdo 53 y 17 personas, respectivamente.

### Categoría: Elementos tangibles

**Pregunta 9.** Los equipos tecnológicos que tiene la micro empresa facilita el desempeño de los empleados en una mejor atención a los clientes.

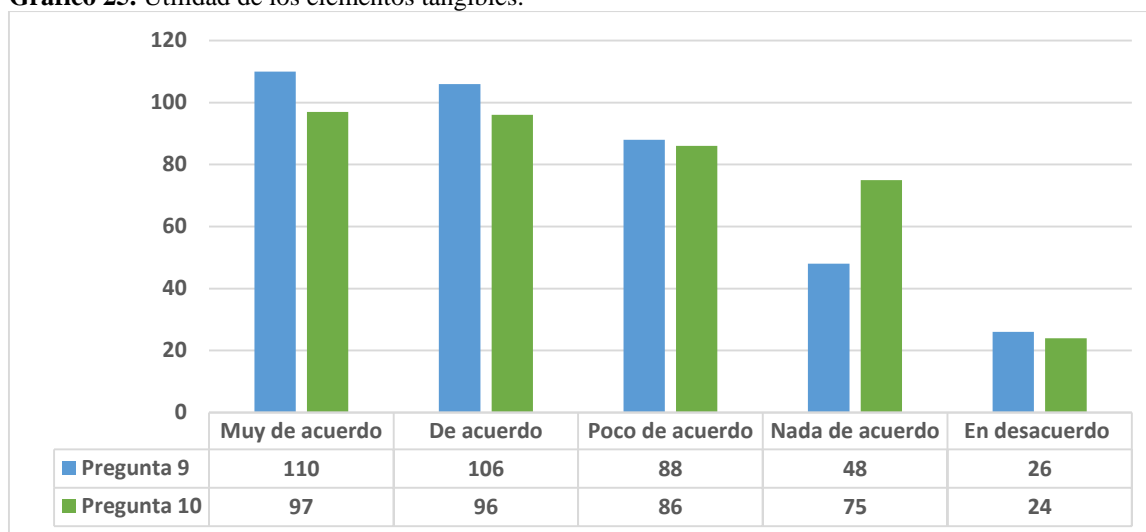
**Pregunta 10.** Los materiales asociados con el servicio de información, tales como: folletos, catálogos, trípticos, etc.; facilitan el trabajo del personal brindando una mejor atención a los clientes.

*Cuadro 28. Percepción de la utilidad de los elementos tangibles de las microempresas.*

Opciones	Pregunta 9	Pregunta 10
Muy de acuerdo	110	97
De acuerdo	106	96
Poco de acuerdo	88	86
Nada de acuerdo	48	75
En desacuerdo	26	24
<b>Totales</b>	<b>378</b>	<b>378</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

**Gráfico 25.** Utilidad de los elementos tangibles.



*Fuente: Encuesta a los clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, noviembre del 2020*  
*Elaborado por: Los autores*

### Análisis e interpretación

Al efectuar el análisis de la encuesta aplicada a los 378 clientes, 110 de ellos opinaron estar muy de acuerdo con la forma de utilizar implementos tecnológicos que van en beneficio de la atención de los clientes, 106 dijeron estar de acuerdo, 88 poco de acuerdo, 48 nada de acuerdo y 26 en desacuerdo. En relación con la utilización de materiales asociados con el servicio de información que facilita el trabajo para tener una mejor atención a los clientes, 97 sostienen estar muy de acuerdo, 96 clientes respondieron estar de acuerdo y 86 poco de acuerdo. Respondieron estar nada de acuerdo y en desacuerdo. 76 y 24 clientes respectivamente.



### 11.3. Impacto de la cultura organizacional en los resultados empresariales de las micro empresas comerciales del cantón La Maná.

La cultura organizacional en las empresas comerciales, sin lugar a dudas incide directamente en los resultados empresariales, sean estos de tipo administrativo, operativo, económico y financiero. Medir el impacto en el desarrollo micro empresarial del sector comercial del cantón La Maná, es uno de los aspectos más importantes en el proceso de la investigación, lo cual conllevó el levantamiento de información de carácter administrativo y económica facilite registrar información estadística para establecer en qué medida ha crecido el sector; y con la información de tipo contable, mediante la aplicación de las razones financieras conocer la posición económica-financiera de las microempresas de este importante sector de la economía lamanense.

#### 11.3.1. Aspectos administrativos

##### 11.3.1.1. Tiempo de funcionamiento de las microempresas

Se evidenció que la mayoría de microempresas del sector comercial del cantón La Maná lleva brindado sus servicios entre 8 a 11 años valor que representa el 28%, la siguiente variante comprende al tiempo de 16 o más años con el 23%, seguido por 22% que alcanza 4 a 7 años, el 14% de 1 a 3 años mientras que el 13% poseen un tiempo de funcionamiento de 12 a 15 años, es decir la mayoría de empresas ya tiene un tiempo considerable ejerciendo sus funciones comerciales. La información se presenta en detalle en el cuadro y gráfico adjunto.

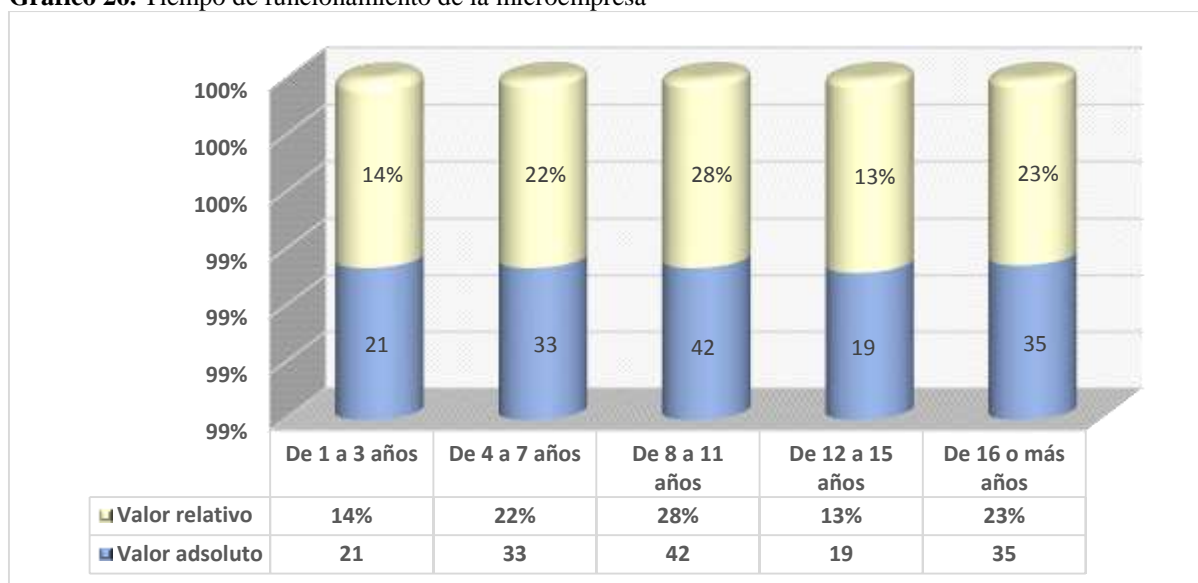
*Cuadro 29. Tiempo de funcionamiento de la microempresa.*

<b>Alternativas</b>	<b>Valor absoluto</b>	<b>Valor relativo (%)</b>
De 1 a 3 años	21	14
De 4 a 7 años	33	22
De 8 a 11 años	42	28
De 12 a 15 años	19	13
De 16 o más años	35	23
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 26.** Tiempo de funcionamiento de la microempresa



**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

### 11.3.1.2. Cantidad de empleados al inicio de las actividades de las microempresas

Los datos recopilados a través de las encuestas permitieron conocer que el 51% de las microempresas cuentan con 109 empleados al inicio de sus actividades, el 24% mencionó contar con 52 empleados, por otro lado, el 16% constituido por 33 empleados mientras que el 7% con 15 personas, y el 2% cuenta con 4 personas. En total las 150 microempresas en estudio concentran un total de 213 trabajadores, tal como se muestra en el cuadro y gráfico adjunto.

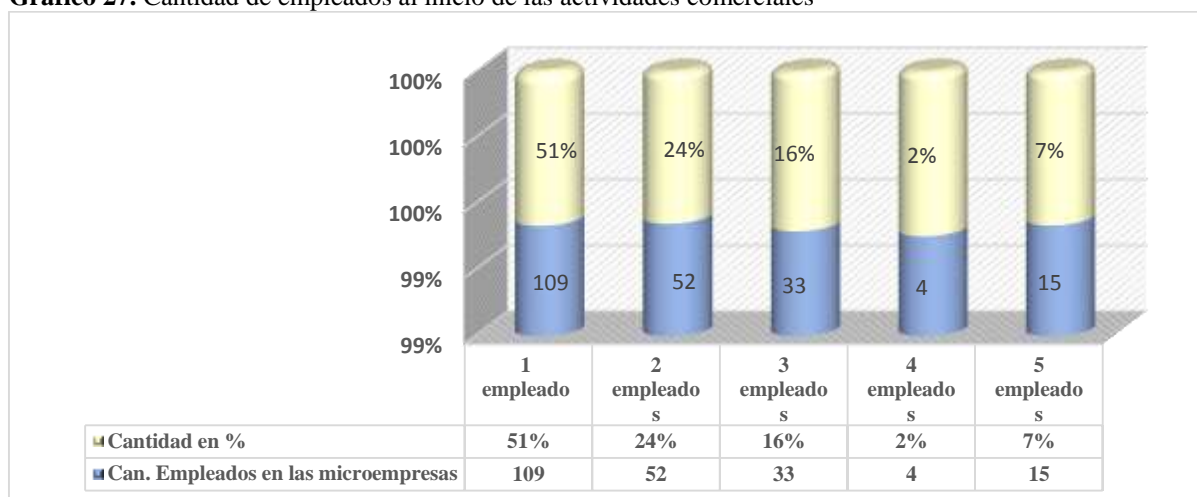
**Cuadro 30.** Cantidad de empleados al inicio de las actividades.

Alternativas	Número de empleado por microempresas	Cantidad de empleados en las microempresas	Cant. %
1 empleado	109	109	51
2 empleados	26	52	24
3 empleados	11	33	16
4 empleados	1	4	2
5 empleados	3	15	7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>213</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 27.** Cantidad de empleados al inicio de las actividades comerciales



**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

### 11.3.1.3. Cantidad de empleados que mantienen actualmente las microempresas

De acuerdo a la información proporcionada se observa que actualmente las microempresas que concentran la mayor cantidad de empleados son las que tienen un promedio de 10 empleados, que representan un total de 90 empleados que representa el 19% aproximadamente, seguido de las microempresas que tienen un promedio de 3 empleados por cada establecimiento y que asciende a un total de 72 empleados, que corresponde al 15% del total. En términos generales las 150 microempresas investigadas mantienen en actividades laborales un total de 466 empleados, siendo este valor el 219 % mayor con relación al inicio de las actividades laborales.

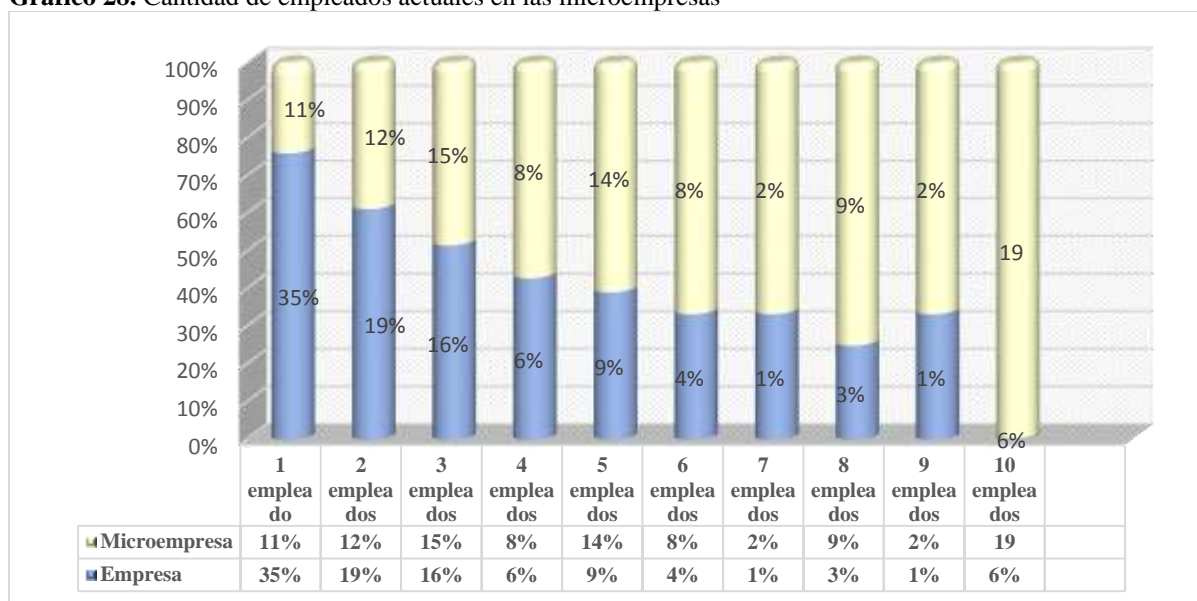
**Cuadro 31.** Cantidad de empleados que mantiene actualmente en las microempresas.

Alternativas	Número de empleado por microempresas	Cantidad de empleados en las microempresas	Cantidad (%)
1 empleado	53	53	11
2 empleados	29	58	12
3 empleados	24	72	15
4 empleados	9	36	8
5 empleados	13	65	14
6 empleados	6	36	8
7 empleados	1	7	2
8 empleados	5	40	9
9 empleados	1	9	2
10 empleados	9	90	19
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>466</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 28.** Cantidad de empleados actuales en las microempresas



**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

#### 11.3.1.4. Infraestructura de las microempresas del sector comercial

El 70,70% de propietarios evidenció que la infraestructura de su microempresa al iniciar sus actividades económicas fue arrendada y el 29,30% señaló que es propia; actualmente el 57,30% de las microempresas funciona en locales propios y el 42,70% en infraestructura arrendada. En función de los resultados descritos se refleja que hay un incremento significativo en 44 microempresas que lograron adquirir sus locales o infraestructura propia, y por ende una disminución en el número de microempresas que siguen manteniendo locales en arrendamiento para el cumplimiento de sus actividades comerciales. Esto evidencia un crecimiento del sector. La información se muestra en el cuadro y gráfico adjunto.

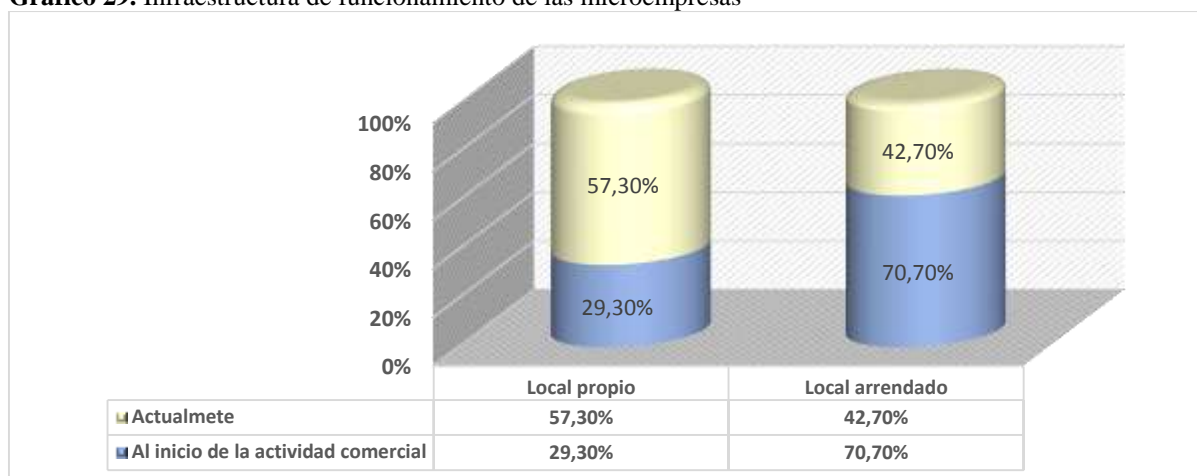
**Cuadro 32. Infraestructura de funcionamiento de la micro empresa.**

Alternativa	Al inicio de la actividad comercial		Actualmente	
	Valor absoluto	Valor relativo (%)	Valor absoluto	Valor relativo (%)
Local propio	44	29,3	86	57,3
Local arrendado	106	70,7	64	42,7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 29.** Infraestructura de funcionamiento de las microempresas



**Fuente:** Encuesta a los propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, nov. de 2020

**Elaborado por:** Los autores

### 11.3.2. Aspecto contables y económicos

#### 11.3.2.1. Valores promedios de los activos, pasivos y patrimonio de las microempresas comerciales

En cuadro adjunto se muestra que las 150 micro empresas comerciales estudiadas, reflejan un valor total de 10.512.500,00 dólares de activos, siendo 20 micro empresas las que tienen un activo entre 140.001 a 160.001 dólares las que concentran un total de 3.000.000,00, seguido de 26 micro empresas que concentran un total de 1.820.000,00 dólares. La información que se muestra también permite identificar que el promedio de los activos entre las 150 microempresas ascienda a 70.083,30 dólares.

**Cuadro 33. Promedio de activos de las microempresas comerciales.**

Intervalos	Establecimientos	Promedio activos	Total activos
5.001-20.000	21	12.500,0	262.500,0
20.001-40.000	27	30.000,0	810.000,0
40.001-60.000	26	50.000,0	1.300.000,0
60.001-80.000	26	70.000,0	1.820.000,0
80.001-100.000	8	90.000,0	720.000,0
100.001-120.000	13	110.000,0	1.430.000,0
120.001-140.000	9	130.000,0	1.170.000,0
140.001-160.000	20	150.000,0	3.000.000,0
<b>Total</b>	<b>150</b>		<b>10.512.500,0</b>
<b>Promedio</b>			<b>70.083,3</b>

**Fuente:** Proyecciones estadísticas

**Elaborado por:** Los autores

En el cuadro adjunto se describen los datos referentes a los valores promedios de los pasivos que presentan las micro empresas comerciales consultadas y sujetas a estudio con un total general de 3.955.000,00 dólares, de las que un total de 12 microempresas presentan el valor promedio de 90.000,00 dólares en los pasivos que se ubican en el intervalo entre los 70 a 80 mil dólares, seguido de 25 empresas que el valor promedio de los pasivos corresponde a de 875 mil dólares. El promedio general de las 150 microempresas encuestadas asciende a 26.366,70 dólares.

**Cuadro 34. Promedio de pasivos de las microempresas comerciales.**

<b>Intervalos</b>	<b>Establecimientos</b>	<b>Promedio de pasivos</b>	<b>Total de pasivos</b>
5.001-10.000	46	7.500,0	345.000,0
10.001-20.000	25	15.000,0	375.000,0
20.001- 30.000	35	25.000,0	875.000,0
30.001-40.000	14	35.000,0	490.000,0
40.001-50.000	6	45.000,0	270.000,0
50.001-60.000	8	55.000,0	440.000,0
60.001-70.000	4	65.000,0	260.000,0
70.001-80.000	12	75.000,0	900.000,0
<b>Total</b>	<b>150</b>		<b>3.955.000,0</b>
<b>Promedio</b>			<b>26.366,7</b>

*Fuente: Proyecciones estadísticas*

*Elaborado por: Los autores*

En lo relacionado al patrimonio de las microempresas comerciales, estos se deducen contablemente de la diferencia entre los activos y los pasivos, que para el caso del presente estudio corresponde al total general de 6.557.500,0 dólares, alcanzando un valor promedio entre las 150 microempresas del sector comercial que corresponde a 43.716,7 siendo este promedio 1.7 veces del total de los pasivos del sector analizado, tal como se muestra en el cuadro adjunto.

**Cuadro 35. Promedio del patrimonio de las microempresas comerciales.**

<b>Intervalos</b>	<b>Total de activos</b>	<b>Total de pasivos</b>	<b>Total patrimonios</b>
5.001-20.000	262.500,0	345.000,0	-82.500,0
20.001-40.000	810.000,0	375.000,0	435.000,0
40.001-60.000	1.300.000,0	875.000,0	425.000,0
60.001-80.000	1.820.000,0	490.000,0	1.330.000,0
80.001-100.000	720.000,0	270.000,0	450.000,0
100.001-120.000	1.430.000,0	440.000,0	990.000,0
120.001-140.000	1.170.000,0	260.000,0	910.000,0
140.001-160.000	3.000.000,0	900.000,0	2.100.000,0
<b>Total</b>	<b>10.512.500,0</b>	<b>3.955.000,0</b>	<b>6.557.500,0</b>
<b>Promedio</b>			<b>43.716,7</b>

*Fuente: Proyecciones estadísticas*

*Elaborado por: Los autores*

### 11.3.2.2. Valores promedios de las ventas, costo de ventas y las utilidades de las microempresas comerciales

En el cuadro adjunto se muestra que el valor total de las ventas anuales de las 150 microempresas del sector comercial asciende a 15.987.500,0 de dólares, siendo 56 empresas que concentran mayor volumen de ventas con un valor equivalente a 8.400.000,00 dólares. El promedio general entre las microempresas en estudio es de 106.583,30 dólares.

*Cuadro 36. Promedio de las ventas de las microempresas comerciales.*

<b>Intervalos</b>	<b>Establecimientos</b>	<b>Promedio</b>	<b>Total ventas</b>
5.001-20.000	3	12.500,0	37.500,0
20.001-40.000	13	30.000,0	390.000,0
40.001-60.000	11	50.000,0	550.000,0
60.001-80.000	15	70.000,0	1.050.000,0
80.001-100.000	20	90.000,0	1.800.000,0
100.001-120.000	20	110.000,0	2.200.000,0
120.001-140.000	12	130.000,0	1.560.000,0
140.001-160.000	56	150.000,0	8.400.000,0
<b>Total</b>	<b>150</b>		<b>15.987.500,0</b>
<b>Promedio</b>			<b>106.583,3</b>

*Fuente: Proyecciones estadísticas*

*Elaborado por: Los autores*

En lo relacionado al costo de las ventas del sector en estudio, las estimaciones permiten determinar que en términos generales el valor total asciende a 7.682.500,0 dólares, siendo 42 microempresas de este sector las que concentran un mayor valor en el costo de ventas por 3.150.000,00 dólares. El promedio del costo de ventas es de 51.216,7 dólares.

*Cuadro 37. Promedio de costo de ventas de las microempresas comerciales.*

<b>Intervalos</b>	<b>Establecimientos</b>	<b>Promedio</b>	<b>Total costo de ventas</b>
5.000 -10.000	5	7.500,0	37.500,0
10.001-20.000	8	15.000,0	120.000,0
20.001-30.000	16	25.000,0	400.000,0
30.001-40.000	14	35.000,0	490.000,0
40.001-50.000	29	45.000,0	1.305.000,0
50.001-60.000	16	55.000,0	880.000,0
60.001-70.000	20	65.000,0	1.300.000,0
70.001-80.000	42	75.000,0	3.150.000,0
<b>Total</b>	<b>150</b>		<b>7.682.500,0</b>
<b>Promedio</b>			<b>51.216,7</b>

*Fuente: Proyecciones estadísticas*

*Elaborado por: Los autores*

En referencia a las utilidades operacionales de las microempresas comerciales se puede determinar que el valor total de utilidades de las 150 microempresas del sector en estudio corresponde a 8.305.000,00 dólares, siendo 56 microempresas las que concentran mayor margen de utilidad con el valor de 5.250.000,00 dólares. El valor promedio entre las 150 microempresas asciende a 55.366,70 dólares.

**Cuadro 38. Promedio de las utilidades de las microempresas comerciales.**

<b>Intervalos</b>	<b>Total ventas</b>	<b>Total costo de ventas</b>	<b>Promedio de las utilidades</b>
5.001-20.000	37.500,0	37.500,0	0,0
20.001-40.000	390.000,0	120.000,0	270.000,0
40.001-60.000	550.000,0	400.000,0	150.000,0
60.001-80.000	1.050.000,0	490.000,0	560.000,0
80.001-100.000	1.800.000,0	1.305.000,0	495.000,0
100.001-120.000	2.200.000,0	880.000,0	1.320.000,0
120.001-140.000	1.560.000,0	1.300.000,0	260.000,0
140.001-160.000	8.400.000,0	3.150.000,0	5.250.000,0
<b>Total</b>	<b>15.987.500,0</b>	<b>7.682.500,0</b>	<b>8.305.000,0</b>
<b>Promedio</b>			<b>55.366,7</b>

*Fuente: Proyecciones estadísticas*

*Elaborado por: Los autores*

### 11.3.3. Medición del desarrollo micro empresarial del sector comercial del cantón La Maná.

Para efectos de la medición del desarrollo micro empresarial del sector comercial del cantón La Maná, se consideró pertinente efectuar el cálculo de los siguientes indicadores:

#### 11.3.3.1. Índice de liquidez

Para la medición de este indicador se tomaron como base los datos de los cálculos efectuados del promedio del activo total y del pasivo total de las 150 microempresas investigadas, dicha información se muestra en los cuadros 33 y 34.

#### Fórmula de aplicación

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{70.083,3}{26.366,7}$$

$$\text{Índice de liquidez} = 2,66$$



**Interpretación del indicador.** El índice de liquidez calculado permite concluir que los microempresarios del sector comercial del cantón La Maná cuentan con una excelente liquidez, debido a que se interpreta que este sector por cada dólar que adeuda cuenta con 2,66 dólares para cubrir sus obligaciones, y aun quedándoles un excedente equivalente a 1,66 dólares como excedente para cumplir con sus actividades comerciales.

### 11.3.3.2. Índice de endeudamiento

Para la medición de este indicador se tomaron los datos de los cálculos efectuados del promedio del activo total y del pasivo total de las 150 microempresas investigadas, dichos datos se presentan en los cuadros 33 y 34.

#### Fórmula de aplicación

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{26.366,7}{70.083,3}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 0,38 = 38 \%$$

**Interpretación del indicador.** El índice de endeudamiento calculado permite determinar que los microempresarios del sector comercial del cantón La Maná cuentan con una excelente posición económica para poder obtener financiamiento de terceros, tanto de recursos materiales como recursos monetarios de parte de las instituciones financieras, en virtud de que tan solo el 38% del total del activo se encuentra comprometido en deudas o pasivos, mientras que el 62% restante corresponde o es propiedad de los micro empresarios.

### 11.3.3.3. Margen de utilidad bruta

Para la medición de este indicador se tomaron los datos de los cálculos efectuados del promedio de las ventas totales y el promedio del costo de ventas de las 150 microempresas investigadas, dichos datos se muestran en los cuadros 36 y 37.

### **Fórmula de aplicación**

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos de ventas}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{106.583,3 - 51.216,7}{106.583,3}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = 0,52 = 52 \%$$

**Interpretación del indicador.** El indicador calculado permite determinar que los microempresarios del sector comercial presentan el 52 % de rentabilidad frente a las ventas totales generados en el año contable analizado.

### **11.3.3.4. Rentabilidad frente al patrimonio**

Para la medición de este indicador se tomaron los datos de los cálculos efectuados del promedio de la utilidad del sector y el promedio del patrimonio de las 150 microempresas en estudio, dichos datos se muestran en los cuadros 35 y 38, respectivamente.

### **Fórmula de aplicación**

$$\text{Rentabilidad de patrimonio} = \frac{\text{utilidad}}{\text{patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{55.366,7}{43.716,7}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 1,27 = 127\%$$

**Interpretación del indicador.** La rentabilidad frente al patrimonio de los microempresarios del sector comercial del cantón La Maná corresponde al 127 %, valor muy positivo para el sector debido a que las utilidades generados frente al monto del patrimonio se sitúan en el 127 %, que permite establecer que existe solidez económica y financiera en el sector donde se ha desarrollado la investigación.

## **12. IMPACTOS SOCIALES ADMINISTRATIVOS Y ECONÓMICOS**

### **12.1. Impacto social**

Los resultados alcanzados en el proceso de investigación y el análisis contable y financiero efectuado a partir del promedio de las cuentas investigadas, se puede establecer que los directivos de las microempresas del sector comercial de La Maná y los empleados y trabajadores vienen ejecutando una importante labor en el desarrollo y crecimiento de este sector de la economía, toda vez que se evidencia que desde el inicio de las actividades comerciales hasta la actualidad se ha incrementado considerablemente el número de empleados en las microempresas al pasar de un total de 213 empleados a 466 empleados en la actualidad, o que representa un incremento del 1,20 % aproximadamente. Esto representa que 253 familias se están beneficiando de las actividades comerciales desarrolladas por las microempresas.

### **12.2. Impacto administrativo**

La investigación se centró también en evidenciar la gestión administrativa que vienen aplicando los propietarios o directivos de las microempresas, lo que permite concluir que los resultados son positivos en lo relacionado a la toma de decisiones y el manejo operativo de las microempresas. Esto se refleja con la información obtenida de parte de los clientes, quienes en su gran mayoría afirman con las respuestas consignadas en las encuestas realizadas, perciben que existe un buen servicio y sostienen sentir satisfacción por el servicio recibido de parte de quienes integran las microempresas.

### **12.3. Impacto económico**

La investigación efectuada y los resultados obtenidos permiten establecer que los microempresarios del sector comercial se encuentran en una excelente posición económica y financiera, en virtud de qué, el análisis financiero realizado en el presente estudio permite concluir, que presentan una excelente liquidez y una capacidad para lograr endeudamiento con terceros; así como también las utilidades medidas con el patrimonio reflejan que el sector atraviesa por una excelente posición económica.

### 13. PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la investigación, fue necesario hacer uso de algunos valores económicos para cubrir los rubros que se utilizaron en el proceso investigativo, los mismos que se describen a continuación:

*Cuadro 39. Presupuesto para la ejecución de la investigación.*

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit</b>	<b>Valor total</b>
<b>Equipos y materiales</b>			
Computadora laptop	1	800,00	800,00
Impresora Epson L575	1	420,00	360,00
Tinta Epson 664	8	12,00	96,00
Red de internet para el proceso de la investigación	12	30,00	360,00
Resmas de Papel	6	3,50	21,00
<b>Gastos para el diseño del proyecto</b>			
Impresiones	400,00	0,03	12,00
Anillados	3	2,50	7,50
Material para exposición del proyecto	1	30,00	30,00
Gastos de movilización y subsistencia	10	5,00	50,00
<b>Gastos para el trabajo de campo</b>			
Impresiones de cuestionarios para encuestas	2000	0,03	60,00
Personal para la aplicación de encuestas	12	30,00	360,00
Tabulación y análisis de resultados	8	20,00	160,00
<b>Gastos para defensa de la investigación</b>			
Anillados	4	2,50	10,00
Empastados	4	15,00	60,00
Diseño del material de exposición	1	30,00	30,00
Gastos de movilización y subsistencia	40	5,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.616,50</b>

*Fuente: Proyecciones estadísticas*

*Elaborado por: Los autores*

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 14.1. Conclusiones

Los resultados alcanzados en la investigación, permiten plantear siguientes conclusiones:

- Que los elementos intangibles que conforman a cultura organizacional en el accionar de las micro empresas del sector comercial del cantón a Maná, que fueron motivo de investigación en la aplicación por parte de los directivos o propietarios de las microempresas son: el liderazgo, la motivación, la estimulación laboral, la asistencia personalizada, el sistema de recompensa, los niveles de información y comunicación, el trabajo en equipo, las habilidades organizativas, el compromiso de la alta dirección y la relación directivos con los empleados.
- Del análisis contable y financiero realizado a las 150 microempresas comerciales se deduce que el promedio de los activos asciende a 70.083,3 dólares (**cuadro 33**), frente a los pasivos que reflejan un valor de 26.366,7 dólares (**cuadro 34**). Se estima que el sector en análisis, presenta un índice de liquidez de 2,66 lo que indica que presentan una excelente posición financiera. De la misma manera, el volumen total de ventas anuales en promedio asciende a 106.583,3 dólares (**cuadro 36**), mientras que el costo de las ventas representan 51.216,7 dólares (**cuadro 37**), deduciéndose una utilidad operacional de 55.366,7 dólares (**cuadro 38**). El análisis financiero permite concluir que el índice de endeudamiento es del 38 %, con un margen de utilidad operacional del 52 % y una rentabilidad frente al patrimonio de 127 %; lo que permite concluir que los elementos intangibles de la cultura organizacional al interior de las microempresas comerciales, inciden positivamente en ámbito comercial permitiendo lograr fidelidad en los clientes y un volumen de las ventas significativa.

De la información obtenida, tabulada y registradas en los cuadros y gráficos estadísticos, se puede indicar que a excepción del sistema de recompensa de parte de los directivos hacia sus empleados y la relación directivo con sus colaboradores, los factores intangibles de la cultura organizacional; del total de 378 empleados consultados, el 30 % de ellos sostienen que están muy de acuerdo en la aplicación de los elementos intangibles, el 52,5 % de los casos

manifiestan estar de acuerdo, frente 15,5 % del total de los clientes que plantean estar poco de acuerdo.

- La referencia a la calidad del servicio brindado por los miembros de las microempresas, el 26,4 % de los consultados sostienen estar muy de acuerdo, el 37,6 % indican estar de acuerdo con la calidad del servicio, frente 20,2 % y 16,3 % que respondieron estar poco de acuerdo y en desacuerdo, respectivamente. De igual forma en relación a la satisfacción de los clientes, afirman estar muy de acuerdo el 29,5 % de los casos, el 30,8 % de los clientes mencionan estar de acuerdo, frente al 23,9 % y 15,8 % del total de los encuestados que rarifican sentirse poco de acuerdo y en desacuerdo, respectivamente.
- El sector comercial micro empresarial del cantón La Maná al inicio de las actividades comerciales en las 150 microempresas consultadas contaba con 213 empleados (**cuadro 30**) para el cumplimiento de las actividades laborales, y actualmente mantiene un total de 466 empleados (**cuadro 31**), lo que representa un incremento de 253 personas que ingresaron a formar parte de la PEA cantonal, representando un incremento del 120 % aproximadamente. Se refleja un crecimiento significativo del sector, mejorando las condiciones socio económica de la población, siendo sin lugar a dudas un importante sector de la economía, que incorpora mano de obra a las actividades comerciales con la retribución de ingresos a las familias lamanenses.
- De los 150 microempresarios del sector comercial encuestados, en relación a la infraestructura física donde funcionan las microempresas; inician sus actividades comerciales en locales arrendados un total de 106 micro empresarias y 44 de ellos en locales de su propiedad (**cuadro 32**). Actualmente, existen 86 microempresarios que tienen locales propios donde funcionan sus negocios, representando un incremento del 95 %; es decir 42 establecimientos más cuentan con local propio. Por ende, disminuyen el número de locales arrendados de 106 a 64 establecimientos, los mismos que aún se mantienen cancelando un canon de arrendamiento.

## 14.2. Recomendaciones

De las conclusiones descritas anteriormente, se plantean a continuación las siguientes recomendaciones que se detallan:

- Que es muy necesario e importante llevar un control de los elementos intangibles de la cultura organizacional en el sentido de fortalecerlas, debido a que existen 67 clientes quienes afirman están poco de acuerdo y en desacuerdo con los aspectos analizados, lo que representa el 18 % del total de los clientes de las microempresas comerciales.
- De igual forma en lo relacionado a la calidad del servicio brindado en los establecimientos comerciales, están poco de acuerdo y en desacuerdo el 36,5 % de los clientes, que representan 38 familias en total. En referencia a la satisfacción percibida por los clientes, el 39,7 % manifiestan estar poco de acuerdo y en desacuerdo en referencia al aspecto en análisis, que representa un total de 150 clientes de este sector.
- Que se ponga más énfasis en el sentido de mejorar el sistema de recompensa como elemento intangible de la cultura organizacional, ya sea de carácter monetario y no monetario por parte de los directivos o propietarios de los establecimientos comerciales, en virtud de que 211 empleados que representa 56 % del total de encuestados afirman estar poco de acuerdo y en desacuerdo con el elemento en análisis.
- Además, mejorar la relación directivos y empleados como elemento intangible de la cultura organizacional, debido a que 232 empleados que representa el 61,4 % del total de encuestados, quienes manifiestan estar poco de acuerdo y en desacuerdo en qué no se ha logrado una buena relación con este importante elemento de la cultura organizacional.
- Continuar con los procesos de investigaciones en los sectores productivos del cantón La Maná, para que desde la Universidad y con la participación de los docentes en calidad de tutores de investigación y los estudiantes como ejecutores de los procesos científicos se pueda dar soluciones a los diferentes problemas que se presentan en los ámbitos administrativos y financieros.

## 15. BIBLIOGRAFIA

### FUENTES DE LIBROS

- Acosta, V. J. M. (2011). *Trabajo en equipo*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Alles Martha. *Social media y recursos humanos*. (2012). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Alvarado Muñoz Óscar, Monroy del Castillo Ricardo Cultura organizacional en una empresa propiedad de sus trabajadores. Cuadernos de Administración [en línea]. 2013, 26(47), 259-283[fecha de Consulta 22 de Enero de 2020]. ISSN: 0120-3592. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20531182011>
- Ayala Juan María. (2016). Gestión de compras. Primera edición. Editorial Editex,S.A. Madrid. pag 56.
- Chiavenato, Ch. (2009). Comportamiento Organizacional. (2ª ed.). México: Mc Graw-Hill.
- De, N. V. Antonio. (2004). *La diferenciación de clientes*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Gan, F., & Triginé, J. (2006). *Trabajo en equipo*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ivancevich, J., Konopaske, R. y Matteson, M. (2012). Comportamiento Organizacional. (7ª ed.). México: Mc Graw-Hill.
- INEC (2018). Boletín Técnico. Quito: (IPI-M)
- Kinicki, A. y Kreitner, R. (2003). Comportamiento Organizacional. México: Mc Graw-Hill.
- Musitu, G. & Buelga, S. (2004) Desarrollo Comunitario y Potenciación. En G. Musitu, J. Herrero, L.Cantera y M. Montenegro (Eds.), Introducción a la Psicología Comunitaria, (pág. 2). Barcelona: UOC
- Ramos Paloma. *Recursos humanos (2a. ed.)*. (2012). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Seaden, G., Guolla, M., Doutriaux, J., & Nash, J. (2003). Strategic decisions and innovation in construction. *Construction Management and Economics*, 21.



- Steckerl Guerrero, V. (2006). Modelo explicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado.
- Tellez Lyssette y Rivera Rolando. (2015). *Participación de los trabajadores en la utilidades*. Primera edición. Editorial ISEF Empresa Líder. México. pág. 48. ISBN: 970-676-728-2.
- Martínez Costa, Mili y Martínez Lorente, Ángel. (2007). Sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales: Una justificación desde las teorías institucional y de recursos y capacidades. España-Murcia.

## FUENTES DE TESIS

- Cajamarca David. (2012). “Gestión de Procesos aplicada a Instituciones de Educación Superior caso: Universidad de Las Américas (UDLA), Área de Registro Curricular, en el período 2011”. Tesis de grado previo a la obtención de programa de Maestría en Dirección de Empresas. Directora: Elizabeth Pérez. Universidad Andina Simón Bolívar, 2012.
- Rodríguez José. (2014). “La cultura organizacional en relación a la satisfacción del cliente de la Empresa Eléctrica Quito”. Tesis de grado a la obtención del título de Psicología Industrial. Directora: Dra. Sylvia Guerrero Lana. Universidad Central del Ecuador. 2014.

## FUENTES DE DOCUMENTOS ELECTRONICOS

- MINISTERIO DE ECONOMÍA FOMENTO Y TURISMO. División de Política Comercial e Industrial. [en línea]. [Chile]. Febrero 2020. [ref. de 24 de febrero del 2020]. Disponible en web: [https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/11/ELE3\\_Bolet%C3%ADn-I-D-final-1.pdf](https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/11/ELE3_Bolet%C3%ADn-I-D-final-1.pdf)
- España. (2012). *Que es la rentabilidad*. [en línea]. [Ecuador]. Febrero 2012. [ref. de 27 de Enero del 2020]. Disponible en web:< <https://www.andbank.es/observatoriodelinversor/que-es-la-rentabilidad/>
- Gonzales Giovany. (2017). *La tendencia de la organización abierta*. [en línea]. [Ecuador]. Julio 2017. [ref. de 24 de Enero del 2020]. Disponible en web:< <http://crearesultados.com/2017/07/19/la-tendencia-de-la-organizacion-abierta/>>.


- López Evelin. (2018). *Objetivos organizacionales*. [en línea]. [Ecuador]. 2018. [ref. de 17 de Febrero del 2020]. Disponible en web: <<https://www.monografias.com/trabajos15/objetivos-organizacionales/objetivos-organizacionales.shtml>>.
- Matwijiszyn Tomas. 2014. *Calidad del producto*. [en línea]. [Ecuador]. Julio 2014. [ref. de 27 de Enero del 2020]. Disponible en web:<<https://es.slideshare.net/tomimatwijiszyn/calidad-del-producto-36598837>>
- Oliveras Eric. 2015. *La satisfacción laboral hace que las empresas sean productivas*. . [En línea]. [Ecuador]. Noviembre 2015. [ref. de 27 de enero del 2020]. Disponible en web:<<https://blog.grupo-pya.com/la-satisfaccion-laboral-hace-que-las-empresas-sean-mas-productivas/>>
- Romero Natalia. *Importancia de la cultura organizacional*. [En línea]. [Ecuador].Abril 2016, Enero 2020 [ref. de 22 de enero del 2020]. Disponible en web:<<https://revistarecursoshumanos.com/2016/04/01/la-importancia-de-la-cultura-organizacional/>>
- Romero Verónica. *Importancia de la Cultura Organizacional en las empresas*. [En línea]. [Ecuador]. Agosto 2018 [ref. de 22 de enero del 2020]. Disponible en web: <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/importancia-de-la-cultura-organizacional-en-las-empresas>
- Unzueta Emma. *Sistema de gestión de calidad ISO9000*. [en línea]. [Ecuador]. Abril 2011. [ref. de 24 de enero del 2020]. Disponible en web: <<https://sites.google.com/a/cetys.net/sistemas-de-gestion-de-calidad-iso9000/home>>
- García Maribel. *Business School. Habilidades organizativas más valoradas por los Directivos de Recursos Humanos*. [En línea]. [Ecuador].Enero 2019. [ref. de 22 de enero del 2020]. Disponible en web:<[https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/gestion-talento/habilidades-organizativas-mas-valoradas-por-los-directivos-de-recursos-humanos/#Que\\_son\\_las\\_habilidades\\_organizativas](https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/gestion-talento/habilidades-organizativas-mas-valoradas-por-los-directivos-de-recursos-humanos/#Que_son_las_habilidades_organizativas)>
- García Gemma. *Emprende.pyme.net. Proveedores*. [En línea]. [Ecuador].Mayo 2018. [ref. de 27 de enero del 2020. Disponible en web: <<https://www.emprendepyme.net/proveedores>>
- García Ivan. *Economía simple.net. Definición de empowerment*. [En línea]. [Ecuador]. Enero 2018 [ref. de 24 de enero del 2020. Disponible en web: <https://www.economiasimple.net/glosario/empowerment>

- Gómez Juan. *Los resultados empresariales no suelen avisar de futuras crisis*. [En línea]. [Ecuador]. Abril 2018 [ref. de 26 de enero del 2020]. Disponible en web:<  
[https://blogs.elconfidencial.com/mercados/rumbo-inversor/2018-04-19/los-resultados-empresariales-no-suelen-avisar-de-futuras-crisis\\_1551964/](https://blogs.elconfidencial.com/mercados/rumbo-inversor/2018-04-19/los-resultados-empresariales-no-suelen-avisar-de-futuras-crisis_1551964/)>
- Pérez Uribe, R.I. (2003). Propuesta de un modelo de gestión humana y cultura organizacional para pymes innovadoras. *Revista escuela de administración de negocios*. No. 47. Institución Universitaria Bogotá, Colombia. pp. 55-56. Fecha de consulta: 17 de enero de 2016. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20604704>

## 16. ANEXOS

### Anexo 1. Currículum del Docente Tutor de la Investigación

#### A. DATOS PERSONALES

Nombres	Neuval José	
Apellidos	Villegas Barros	
Lugar y fecha de nacimiento	Quevedo, 02 de septiembre de 1966	
Cédula de ciudadanía	1202437669	
Cédula militar	9022611678	
Estado civil	Unión libre	
Dirección domiciliaria	Ciudad de Quevedo. Parroquia Viva Alfaro, Calle 25 ava, entre Vicente Rocafuerte y San Agustín.	
Teléfonos de contacto	0985751830    0990783059	
Email	neuval.villegas@utc.edu.ec	

#### A. ESTUDIOS REALIZADOS

<b>Primarios</b>	Escuela Otto Arosemena Gómez – Quevedo (1973 – 1979)
<b>Secundarios</b>	Colegio Nacional Nicolás Infante Díaz - Quevedo (1979 – 1985)
<b>Superiores</b>	Universidad Técnica Estatal de Quevedo UTEQ. (1985 - 1992)
<b>Post –Grado</b>	<b>Maestría Ejecutiva en Dirección de Empresas, con énfasis en Gerencia Estratégica, MBA. Universidad Regional Autónoma de los Andes. UNIANDES - Ambato.</b>
	<b>Títulos obtenidos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Diplomado Superior en Gerencia de Marketing</b></li><li>• Especialista Superior en Proyectos de Inversión</li><li>• Magister en Administración y Negocios (en trámite)</li></ul>
	<b>Maestría en Investigación para el Desarrollo Educativo. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. UTEQ.</b>
	Títulos obtenidos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Diplomado Superior en Práctica Docente Universitaria</li><li>• Especialista en Educación Superior</li><li>• Magíster en Investigación para el Desarrollo Educativo</li></ul>

## Anexo 2. Currículum del investigador 1.

### CURRICULUM VITAE

<b>DATOS PERSONALES</b>		
Nombres.	Byron Adrián	
Apellidos:	Cela Jacho	
Nacionalidad:	Ecuatoriano	
Fecha de nacimiento:	22 de Febrero de 1993	
Lugar de nacimiento:	La Maná	
Cédula de Identidad:	050405331-5	
Estado Civil:	Soltero	
Teléfono:	0982930755	
Dirección Domiciliaria:	Parroquia el triunfo y 19 de mayo	
Cantón:	La Maná	
Correo electrónico:	Byron93_celajacho@hotmail.com	
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>		
Institución primaria:	Escuela Fiscal “Narciso Cerda Maldonado”	
Institución secundaria:	Instituto Tecnológico Superior La Maná	
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>		
Físico Matemático		
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Certificado de haber participado en el “IV CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA UTC. LA MANA 2019”, realizado del 08 al 10 de Mayo de 2019, con una duración de 40 horas</li><li>➤ Certificado de haber asistido a las “primeras jornadas administrativas en creatividad, innovación y emprendimiento “organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. y la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, realizado el 16,17 y 18 de Julio de 2018 con una duración de 40 horas.</li></ul>		

### Anexo 3. Currículum del investigador 2.

#### CURRICULUM VITAE

<b>DATOS PERSONALES</b>			
Nombres:	Janneth Valeria		
Apellidos:	Chucad Zuñiga		
Nacionalidad:	Ecuatoriana		
Fecha de nacimiento:	28 de abril de 1991		
Lugar de nacimiento:	Riobamba		
Cédula de identidad:	0503304412		
Estado civil:	Unión Libre		
Teléfono:	0993414666		
Dirección domiciliaria:	Av. Arcos Pérez y la C		
Cantón:	Valencia		
Correo electrónico:	Jannethvaleria7@hotmail.com		
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>			
Instrucción primaria:	Escuela Fiscal Víctor Manuel Rendón		
Instrucción secundaria:	Colegio Mixto Particular Defensores de Tiwinza del cantón Valencia.		
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>			
➤ Bachiller Técnico Comercio y Administración especialización en Contabilidad, otorgado por el Colegio Mixto Particular Defensores de Tiwinza del cantón Valencia.			
➤ Título de Maestra Artesanal, otorgado por la Academia Humberto Valdés Borja del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.			
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>			
➤ Certificado de haber participado en el “IV CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA UTC. LA MANA 2019”, realizado del 08 al 10 de Mayo de 2019, con una duración de 40 horas			
➤ Certificado de haber asistido a las “primeras jornadas administrativas en creatividad, innovación y emprendimiento “organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. y la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, realizado el 16,17 y 18 de Julio de 2018 con una duración de 40 horas.			

**Anexo 4. Instrumento para aplicar encuestas a los empleados o trabajadores de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020.**

**Objetivo de trabajo:** Establecer los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional en el accionar de las micro empresas comerciales del cantón La Maná.

**Objetivo de la encuesta:** Mediante la aplicación del presente cuestionario a los empleados y/o trabajadores de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, se prevé recopilar información necesaria e importante para identificar los elementos intangibles que conforman la cultura organizacional en el accionar de estas organizaciones del sector comercial lamanense.

**Compromiso:** Los investigadores de la manera más respetuosa le solicitamos a usted se digne responder el siguiente cuestionario de preguntas que nos ayudará a responder los objetivos de trabajo; indicándole además que nos comprometemos a guardar absoluta reserva y confiabilidad sobre la información que usted nos proporcione, expresando desde ya nuestros sinceros reconocimientos por el apoyo brindado por ustedes.

**Instrucción:** Seleccionar con un visto o una X la alternativa que usted considere la más oportuna, en cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

**INSTRUMENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS EMPLEADOS Y/O TRABAJADORES DE LAS MICRO EMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, 2020.**

No.	ELEMENTOS INTANGIBLES DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL	5	4	3	2	1	Total
	<b>Liderazgo</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
1	Considera usted que el carisma y la empatía que muestran los directivos con el personal de las micro empresas es:						
2	Considera usted que el personal directivo y administrativo le inspira amabilidad, confianza y poder de motivación y decisión.						
	<b>Motivación</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
3	Considera usted los directivos de las micro empresas que usted labora muestran responsabilidad en el desarrollo de sus funciones directivas y propician su progreso personal y profesional.						
4	Considera usted que el ambiente de trabajo existente entre los miembros de la organización está estrechamente ligado a la motivación de los empleados.						
	<b>Estimulación laboral</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
5	La colaboración y comportamiento positivo puesto de manifiesto al momento de hacer su trabajo es reconocido por los directivos en la generación de un ben ambiente laboral.						
6	El nivel de reconocimiento de parte de los directivos en la superación personal de los colaboradores en el desarrollo de su trabajo es considerado como:						

	<b>Atención personal e individual</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
7	Consideras que la atención personalizada brindada por los directivos de la empresa a las necesidades del personal es:						
8	Al existir inquietudes acerca de las características de los productos la importancia que brindan los directivos a este requerimiento es:						
	<b>Sistema de recompensa</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
9	Por el cumplimiento eficiente de sus funciones operativas en la empresa, los directivos brindan incentivos monetarios que motiven su labor en la organización.						
10	Los directivos brindan compensaciones no monetarias tales como: recompensa, premio, reconocimiento o gratificación por la labor ejercida por los empleados.						
	<b>Información</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
11	Los mecanismos de comunicación en la empresa facilitan la que la información impartida sea de calidad, fiabilidad, exactitud y consistencia.						
12	La información que se expende en la empresa permite o facilita la satisfacción del cliente, ya que se trata de quien entra en contacto con los datos de forma directa.						
	<b>Trabajo en equipo</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
13	Considera usted que se ha generado un verdadero equipo de trabajo entre los miembros de la organización que permite brindar un servicio de calidad y calidez.						
14	La alta dirección promueve o motiva la responsabilidad y el compromiso mutuo entre los miembros de la organización.						
	<b>Habilidades organizativas</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
15	Existe una programación previa que implica la asignación de un período de tiempo para tareas específicas o carga laboral, y la asignación de tareas a ciertos empleados.						
16	Los directivos aplican estrategias de gestión o evaluación en el cumplimiento de las tareas y uso de los recursos a las tareas encomendadas a los empleados.						
	<b>Compromiso de la dirección</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
17	El estableciendo de la política y los objetivos de calidad desde la alta gerencia, ha permitido brindar satisfacción en los empleados y los clientes de la empresa.						
18	El nivel de liderazgo y compromiso propiciado desde la alta dirección para alcanzar un adecuado sistema de gestión fundamentado en la aplicación de reglas y normas de procedimientos es considerado como:						
	<b>Empowerment (relación empleado-socios)</b>	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Poco de acuerdo</b>	<b>Nada de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Total</b>
19	La alta dirección de la empresa promueve la aplicación de un liderazgo democrático en la toma de decisiones al interior de la organización.						
20	La alta gerencia brinda las facilidades para que todos los miembros del equipo conozcan la información que se maneja y participen en la toma de decisiones.						

Elaborado por: Los autores

Muchas gracias por su gentil colaboración



**Anexo 5. Instrumento para aplicar encuestas a los clientes de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020.**

**RESULTADOS SUBJETIVOS**

**Objetivo de trabajo:** Identificar los principales resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial del Cantón La Maná.

**Objetivo de la encuesta:** Mediante la aplicación del presente cuestionario a los empleados y clientes de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, se prevé recopilar información necesaria e importante para identificar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los clientes en este importante sector de la economía lamanense.

**Compromiso:** Los investigadores de la manera más respetuosa le solicitamos a usted se digne responder el siguiente cuestionario de preguntas que nos ayudará a responder los objetivos de trabajo; indicándole además que nos comprometemos a guardar absoluta reserva y confiabilidad sobre la información que usted nos proporcione, expresando desde ya nuestros sinceros reconocimientos por el apoyo brindado por ustedes.

**Instrucción:** Seleccionar con un visto o una X la alternativa que usted considere la más oportuna, en cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario adjunto.

**INSTRUMENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DE LAS MICRO EMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, 2020.**

No.	VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO	5	4	3	2	1	Total
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	En desacuerdo	
1	La facturación de tus pedidos, así como el cobro y entrega del producto de la última compra fue:						
2	Consideras que el orden y la higiene en la empresa es la adecuada.						
3	El ambiente laboral, así como la organización de la empresa permite brindar un buen servicio y logra satisfacción en la clientela.						
4	Consideras que el nivel de temperatura ambiental y el ambiente en la empresa es la adecuada para realizar tus compras.						
5	Cuando compraste un producto y no era de la calidad y condiciones esperadas, recibiste la atención y ayuda esperada en la empresa.						
6	Cuando hiciste una devolución de la compra realizada, la calidad de atención recibida fue la esperada.						
7	La variedad de productos que se mantienen en stock permite satisfacer las necesidades de los clientes.						
8	El personal de seguridad y los dispositivos						

	de control es el adecuado para la protección del cliente y del establecimiento.						
9	El nivel de preparación del personal que labora en las empresas en materia de calidad de servicio y atención a los clientes es el adecuado.						
10	Los precios de venta que ofrece la empresa de los productos que oferta a sus clientes, están acorde al precio promedio del mercado.						

Elaborado por: Los autores

No.	VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	5	4	3	2	1	
	<b>Empatía</b>	<b>Totalmente satisfecho</b>	<b>Muy Satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>	<b>Nada Satisfecho</b>	<b>Total</b>
1	La empresa cuenta con personal directivo y operativo con un alto nivel de capacitación en calidad de atención a los clientes o usuarios.						
2	Los requerimientos y necesidades de los clientes son preocupación primordial en el establecimiento.						
	<b>Fiabilidad</b>	<b>Totalmente satisfecho</b>	<b>Muy Satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>	<b>Nada Satisfecho</b>	<b>Total</b>
3	Existe confianza y seguridad de que sus pedidos o requerimientos sean atendidos con la mayor celeridad y prontitud de parte de los colaboradores de la empresa.						
4	Existe la confianza y seguridad adecuada de parte del cliente en el momento de la facturación, valoración y despacho de los productos solicitados.						
	<b>Responsabilidad</b>	<b>Totalmente satisfecho</b>	<b>Muy Satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>	<b>Nada Satisfecho</b>	<b>Total</b>
5	En la empresa existe total predisposición en la entrega de productos de alta calidad y con total control en la fecha de caducidad, según sea el caso.						
6	Los empleados de la empresa cuando están ocupados en otras actividades, priorizan la atención de las necesidades de los usuarios o clientes.						
	<b>Seguridad</b>	<b>Totalmente satisfecho</b>	<b>Muy Satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>	<b>Nada Satisfecho</b>	<b>Total</b>
7	Siente seguridad y confianza en la facturación de sus pedidos, así como en el cobro y despacho de los productos adquiridos.						
8	Los dispositivos de seguridad y control en la empresa, le generan confianza al cliente al momento de sus compras.						
	<b>Elementos tangibles</b>	<b>Totalmente satisfecho</b>	<b>Muy Satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>	<b>Nada Satisfecho</b>	<b>Total</b>
9	Los equipos tecnológicos que tiene la farmacia facilitan el desempeño de los empleados en una mejor atención a los clientes.						
10	Los materiales asociados con el servicio de información, tales como: folletos, catálogos, trípticos, etc.; facilitan el trabajo del personal brindando una mejor atención a los clientes.						

Elaborado por: Los autores

## Anexo 6. Instrumento para aplicar encuestas a los directivos de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN LA MANÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU EFECTO EN EL RESULTADO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. AÑO 2020.

### RESULTADOS OBJETIVOS

**Objetivo de trabajo.** Determinar el impacto que genera la cultura organizacional en los resultados empresariales de las micro empresas del sector comercial del cantón La Maná.

**Objetivo de la encuesta:** Mediante la aplicación del presente instrumento dirigido a los directivos o propietarios de las micro empresas comerciales del cantón La Maná, se prevé recopilar información necesaria e importante para identificar los aspectos de orden económico y financiero de los establecimientos en estudio.

**Compromiso:** Los investigadores de la manera más respetuosa le solicitamos a usted se digne responder el siguiente cuestionario de preguntas que nos ayudará a responder los objetivos de trabajo; indicándole además que nos comprometemos a guardar absoluta reserva y confiabilidad sobre la información que usted nos proporcione, expresando desde ya nuestros sinceros reconocimientos por el apoyo brindado por ustedes.

**Instrucción:** Seleccionar con un visto o una X la alternativa que usted considere la más oportuna, en cada una de las preguntas planteadas en el instrumento adjunto.

### INSTRUMENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS DIRECTIVOS O PROPIETARIOS DE LAS MICRO EMPRESAS COMERCIALES DEL CANTÓN LA MANÁ, 2020.

#### VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

##### 1. Identificación del encuestado

Nombre del entrevistado	
Cargo que desempeña	
Tiempo que está laborando	

##### 2. Identificación del establecimiento

Nombre de la micro empresa	
Dirección de la micro empresa	
Contacto de la empresa (celular)	
Correo electrónico	

## VARIABLES DE ESTRATIFICACIÓN

### 3. Tiempo de funcionamiento de la microempresa

Años	1-3	4-7	8-11	12-15	16 o más
Respuesta					

### 4. Señale a qué categoría comercial pertenece su microempresa

Actividades comerciales	Respuesta
Venta al por mayor y menor de fertilizantes, alimentos de mascotas y productos veterinarios	
Venta de animales vivos, productos cárnicos, incluidos de corral	
Venta al por mayor de bazar en general, perfumería, bisutería, prendas de vestir y peletería	
Venta al por mayor y menor de artículos de ferretería y revestimiento de pisos	
Venta al por mayor y menor de computadoras, programas informáticos y equipo periférico	
Venta al por mayor y menor de productos alimenticios	
Ventas al por mayor y menor de calzado y material de zapatería	
Venta al por mayor y menor de mariscos	
Venta al por mayor y menor de combustibles, nafta, grasas, lubricantes y aceites	
Venta al por mayor y menor de flores y plantas	
Venta al por mayor de desperdicios y desechos, chatarra	
Venta al por mayor y menor de artículos de oficina y papelería	
Venta al por mayor y menor de materiales de construcción: piedra, grava	
Venta al por mayor y menor de alfombras, tapices, colchones	
Venta al por mayor y menor de productos medicinales (naturistas)	
Venta al por menor de bebidas alcohólicas	
Venta al por menor de electrodomésticos	
venta al por menor de productos farmacéuticos	
Venta al por menor de recargas y tarjetas electrónicas	
venta al por menor de fuel, gas en bombona	
Venta al por mayor de diversos artículos de especialización	
Otra actividad no delimitada	

### 5. Señale la cantidad de empleados:

Inicios de la microempresa				Posee actualmente			
1 empleado	<input type="text"/>	6 empleados	<input type="text"/>	1 empleado	<input type="text"/>	6 empleados	<input type="text"/>
2 empleados	<input type="text"/>	7 empleados	<input type="text"/>	2 empleados	<input type="text"/>	7 empleados	<input type="text"/>
3 empleados	<input type="text"/>	8 empleados	<input type="text"/>	3 empleados	<input type="text"/>	8 empleados	<input type="text"/>
4 empleados	<input type="text"/>	9 empleados	<input type="text"/>	4 empleados	<input type="text"/>	9 empleados	<input type="text"/>
5 empleados	<input type="text"/>	10 o más	<input type="text"/>	5 empleados	<input type="text"/>	10 o más.	<input type="text"/>

**6. Señale si la infraestructura es:**

Inicio		Actualidad	
Propia	<input type="checkbox"/>	Propia	<input type="checkbox"/>
Arrendada	<input type="checkbox"/>	Arrendada	<input type="checkbox"/>

**7. ¿Cuál es el monto de activo y pasivos (en dólares) que posee la microempresa comercial?**

Activos (Bienes del negocio)				Pasivos (Deudas del negocio)			
Menos de \$10.000	<input type="checkbox"/>	80.001-90.000	<input type="checkbox"/>	Menos de \$5.000	<input type="checkbox"/>	40.001-45.000	<input type="checkbox"/>
10.001-20.000	<input type="checkbox"/>	90.001-100.000	<input type="checkbox"/>	5.001-10.000	<input type="checkbox"/>	45.001-50.000	<input type="checkbox"/>
20.001-30.000	<input type="checkbox"/>	100.001-110.000	<input type="checkbox"/>	10.001-15.000	<input type="checkbox"/>	50.001-55.000	<input type="checkbox"/>
30.001- 40.000	<input type="checkbox"/>	110.001-120.000	<input type="checkbox"/>	15.001- 20.000	<input type="checkbox"/>	55.001-60.000	<input type="checkbox"/>
40.001-50.000	<input type="checkbox"/>	120.001-130.000	<input type="checkbox"/>	20.001-25.000	<input type="checkbox"/>	60.001-65.000	<input type="checkbox"/>
50.001-60.000	<input type="checkbox"/>	130.001-140.000	<input type="checkbox"/>	25.001-30.000	<input type="checkbox"/>	65.001-70.000	<input type="checkbox"/>
60.001-70.000	<input type="checkbox"/>	140.001-150.000	<input type="checkbox"/>	30.001-35.000	<input type="checkbox"/>	70.001-75.000	<input type="checkbox"/>
70.001-80.000	<input type="checkbox"/>	150.001 o más.	<input type="checkbox"/>	35.001-40.000	<input type="checkbox"/>	75.001 o más	<input type="checkbox"/>

**8. Especifique el monto aproximado (dólares) del costo de ventas anuales de su microempresa**

Menos de \$5.000,00	<input type="checkbox"/>	25.000,00 - 30.000,00	<input type="checkbox"/>	50.000,00 - 55.000,00	<input type="checkbox"/>
5.000,00 - 10.000,00	<input type="checkbox"/>	30.000,00 - 35.000,00	<input type="checkbox"/>	55.000,00 - 60.000,00	<input type="checkbox"/>
10.000,00 - 15.000,00	<input type="checkbox"/>	35.000,00 - 40.000,00	<input type="checkbox"/>	60.000,00 - 65.000,00	<input type="checkbox"/>
15.000,00 - 20.000,00	<input type="checkbox"/>	40.000,00 - 45.000,00	<input type="checkbox"/>	65.000,00 - 70.000,00	<input type="checkbox"/>
20.000,00 - 25.000,00	<input type="checkbox"/>	45.000,00 - 50.000,00	<input type="checkbox"/>	70.000,00 - 75.000,00	<input type="checkbox"/>

**9. Mencione la cantidad de ventas anuales (dólares) de la microempresa**

Menos de 10.000	<input type="checkbox"/>	40.001-50.000	<input type="checkbox"/>	80.001-90.000	<input type="checkbox"/>	120.001-130.000	<input type="checkbox"/>
10.001-20.000	<input type="checkbox"/>	50.001-60.000	<input type="checkbox"/>	90.001-100.000	<input type="checkbox"/>	130.001-140.000	<input type="checkbox"/>
20.001-30.000	<input type="checkbox"/>	60.001-70.000	<input type="checkbox"/>	100.001-110.000	<input type="checkbox"/>	140.001-150.000	<input type="checkbox"/>
30.001- 40.000	<input type="checkbox"/>	70.001-80.000	<input type="checkbox"/>	110.001-120.000	<input type="checkbox"/>	150.001 o más	<input type="checkbox"/>

**10. Señale el porcentaje de utilidad que genera su microempresa en función de sus ventas anuales**

Menos del 5%	<input type="checkbox"/>	20%-25%	<input type="checkbox"/>	40%-45%	<input type="checkbox"/>	60%-65%	<input type="checkbox"/>	80%-85%	<input type="checkbox"/>
5%-10%	<input type="checkbox"/>	25%-30%	<input type="checkbox"/>	45%-50%	<input type="checkbox"/>	65%-70%	<input type="checkbox"/>	85%-90%	<input type="checkbox"/>
10% -15%	<input type="checkbox"/>	30%-35%	<input type="checkbox"/>	50%-55%	<input type="checkbox"/>	70%-75%	<input type="checkbox"/>	90%-95%	<input type="checkbox"/>
15%-20%	<input type="checkbox"/>	35%-40%	<input type="checkbox"/>	55%-60%	<input type="checkbox"/>	75%-80%	<input type="checkbox"/>	Más de 95%	<input type="checkbox"/>

**Muchas gracias por su gentil colaboración.**